

Faktore wat studente motiveer om by 'n Afrikaanse privaat hoëronderwysinstelling te studeer

deur

Lizán Maree

*Tesis ingelewer ter gedeeltelike voldoening aan die vereistes vir die graad MPhil in
Hoër Onderwys in die Fakulteit Opvoedkunde aan die Universiteit van Stellenbosch*



Studieleier: Professor Magda Fourie-Malherbe

Maart 2021

Verklaring

Deur hierdie tesis elektronies in te lewer, verklaar ek dat die geheel van die werk hierin vervat, my eie, oorspronklike werk is, dat ek die alleenouteur daarvan is (behalwe in die mate uitdruklik anders aangedui), dat reproduksie en publikasie daarvan deur die Universiteit van Stellenbosch nie derdepartyregte sal skend nie en dat ek dit nie vantevore, in die geheel of gedeeltelik, ter verkryging van enige kwalifikasie aangebied het nie.

Maart 2021

Kopiereg © 2021 Stellenbosch Universiteit
Alle regte voorbehou

Opsomming

In die navorsing aangaande bemaking in hoër onderwys (HO) word die fokus geplaas op die student as verbruiker van 'n diens. Vir die suksesvolle voortbestaan van 'n hoëronderriginstelling (HOI) is dit nodig dat die behoeftes en begeertes van die teikenmark verstaan word, ten einde 'n suksesvolle passing tussen die instelling en studente te verseker. Een manier waarop dit gedoen kan word, is deur beter begrip te ontwikkel van die keusefaktore wat studente belangrik ag in hulle evaluering en keuse van 'n HOI, sowel as van die inligtingsbronne wat studente gebruik om meer van die moontlike opsies te wete te kom. Dit stel instellings in staat om beperkte hulpbronne aan te wend waar dit die teikenmark effektief kan bereik.

Mededinging in HO is nie 'n nuwe verskynsel nie. In Suid-Afrika verkeer HO onder druk van verskillende oorde aangaande aspekte soos beter toeganklikheid vir studente, verminderde staatsbefondsing en Afrikaans as taal van onderrig. Te midde van die uitdagings van die openbare HO-sisteem om te voorsien in die behoeftes van die groeiende mark, word die ruimte vir privaat HOI's geskep om nismarkte te bedien. Een so 'n instelling is Akademia, 'n Afrikaanse privaat HOI, wat van 'n hibriede onderrig-leermodel gebruik maak om na-uurse kwalifikasies aan 12 sentrums in SA en een in Windhoek aan te bied. Daar is ook 'n blokkrooster wat studente wat nie in die hoofsentra woon nie, bedien.

Teen die agtergrond van Kotler se vyffase-besluitnemingsmodel poog hierdie studie om die besluitnemingsproses van studente van Akademia te verstaan deur van 'n gemengde-metode-studie gebruik te maak. Die twee-fase navorsingsontwerp behels 'n kwantitatiewe ondersoek na die keusefaktore en inligtingsbronne wat vir studente belangrik is tydens die keuse van 'n HOI. Dit is ingewin deur middel van 'n elektroniese vraelys wat deur 'n gerieflikheidsteekproef, naamlik die eerstejaarstudente van Akademia, tussen Junie en Augustus 2020 voltooi is. Daar het 132 studente deelgeneem aan die studie waarvan 61% vroulik was, met 64% van die respondente tussen die ouderdom van 18 en 20 jaar. Dit is opgevolg met telefoniese onderhoude met sewe deelnemers wat kwalitatiewe data aangaande studente se besluitnemingsproses ingesamel het.

Die studie het bevind dat die respondente nie dieselfde waarde aan keusefaktore heg nie, en dat die mark vir 'n Afrikaanse privaat HOI nie homogeen is nie. Verskille in die

belangrikheid wat studente van verskillende geslag, ouderdom, provinsies, werksituasies en rooster-model aan die keusefaktore heg, is bevind. Uit die kwantitatiewe resultate het gehalte van onderrig en die veiligheid van die studiesentrum as die belangrikste faktore vir studente na vore gekom, terwyl HOI-beheerde inligtingsbronne soos die webwerf, opedag of inligtingsessie, studenteadviseurs, brosjures en ook die Facebook-blad belangrik was. Die kwalitatiewe onderhoudsdata bevestig ooreenstemming met Kotler se besluitnemingsproses, en dui ook op die belangrikheid van na-uurse studies en Afrikaans as onderrigtaal in die keuse van 'n privaat HOI.

Die bevindinge van die studie maak 'n wetenskaplike bydrae tot die bestaande literatuur oor studentekeuse, deur lig te werp op die keusefaktore en inligtingsbronne van twee nismarkte wat voorheen nie ondersoek is nie – werkende studente wat op 'n hibriede onderrigmodel studeer en studente aan 'n Afrikaanse privaat HOI.

Abstract

Research regarding marketing of higher education (HE) places the focus on the student as the consumer of a service. To ensure the survival of a higher education institution (HEI) it is crucial to understand the wants and needs of the target market, which should lead to a successful match between student and institution. A better understanding of the choice factors that students consider, and the information sources students use in their evaluation and choice of HEI, will aid the institution in the spending of limited resources to effectively reach their target market.

Competition in South African higher education is not a new phenomenon. Other factors that have affected the HE system, and that pertain particularly to this study, include demands for wider accessibility for more students, changes to government funding and the language debate regarding Afrikaans as language of HE teaching and learning. The challenge for public HEIs to comply with these demands in the midst of a growing market, has created space for private HEIs to provide in the needs of niche markets. One of these institutions is Akademia, an Afrikaans private HEI which caters for part-time students in 12 study centres throughout South Africa and one in Windhoek, through the use of a hybrid teaching and learning model.

This study aims to understand the decision-making process of students from Akademia against the background of Kotler's five phase decision-making model, through a mixed-method study. The two-phased research design employed a quantitative investigation into the choice factors and information sources that students employ during their choice of HEI. This was done through an electronic survey, completed by a convenience sample namely the first-year students of Akademia, between June and August 2020. The survey was followed by telephonic interviews with seven participants to collect qualitative data on the decision-making process of the students.

The results of the study show that respondents value different choice factors differently and that the target market for an Afrikaans private HEI is not homogenous. Differences were seen in the importance of choice factors for respondents from different gender, age, provinces, work situation and class schedule groups. Quality of education and the safety of the study centre proved to be the two most important factors considered by respondents in the quantitative study. They also attached the most value to

information sources managed by the HEI, such as the webpage, open day or information sessions, student advisors, brochures and the Facebook page. Similarities with Kotler's decision-making process were demonstrated by the qualitative data, while the importance of part-time study and Afrikaans as language of teaching were mentioned by interview participants as the most important factors in their choice of a private HEI.

The study contributes to the current body of knowledge regarding student choice by indicating the choice factors and information sources of two niche markets – working students in a hybrid HE environment, and the students of an Afrikaans private HEI.

Erkennings

Ek is opreg dankbaar vir elke persoon wat my ondersteun, gehelp en bemoedig het deur die afgelope twee jaar se studies. 'n Spesiale woord van erkenning aan:

- my studieleier, professor Magda Fourie-Malherbe, vir haar deurlopende leiding, aanmoediging, terugvoer, geduld en toewyding tot my studie;
- professor Saretha Brüssow, wat my aangemoedig en ondersteun het om die MPhil in Hoër Onderwys aan te pak;
- professor Daan Nel van die Sentrum vir Statistiese Konsultasie (Universiteit van Stellenbosch) vir die geduld en moeite met die dataverwerking;
- mevrou Sarie Wilbers, bibliotekaresse by Universiteit van Stellenbosch, vir haar uitsonderlike hulp en bystand in die ops verkryging van bronne;
- Akademia se bestuur vir die toestemming en ondersteuning om die navorsing in die instelling te kon doen, sowel as die aanmoediging en ondersteuning van bestuur en my kollegas om my studie te voltooi;
- die respondente van die vraelys wat die tyd geneem het om deel te neem, en veral die deelnemers aan die onderhoude wat hulle stories met my gedeel het;
- die Suid-Afrikaanse Akademie vir Wetenskap en Kuns vir hulle finansiële bystand om hierdie studie, en veral die aanbieding daarvan in Afrikaans, moontlik te maak;
- my medestudente wat saam met my geleer, gegroei en vasgebyt het;
- my gesin vir al die liefde en gebede, en begrip vir die tyd wat aan studies toegewy is;
- Zabet, sonder wie se geduld, aansporing en bystand hierdie nie moontlik sou wees nie; en
- die Here vir die talente wat Hy my gegee het, die geleenthede wat Hy my bied en die krag en deursettingsvermoë wat Hy my gegee het om met toewyding aan my studies te werk.

Inhoudsopgawe

Lys van figure	xiii
Lys van tabelle	xv
Lys van akronieme	xvi
Hoofstuk 1: Agtergrond en oorsig van die studie.....	1
1.1 Inleiding.....	1
1.2 Die navorsingsprobleem	3
1.3 Navorsingsvrae	3
1.4 Belangrikheid van die navorsing	3
1.5 Doelwit en doelstellings van die navorsing.....	4
1.6 Afbakening van die navorsing	4
1.7 Verduideliking van konsepte	5
1.8 Navorsingsontwerp en -metodologie.....	6
1.8.1 Populasie en steekproef	7
1.8.2 Data-insamelingstegnieke	7
1.8.3 Data-analise en verslag.....	9
1.8.4 Etiese oorwegings	9
1.8.5 Rol van die navorser in die ondersoek	9
1.8.6 Beperkinge van die navorsing	10
1.8.7 Betroubaarheid van die navorsing	10
1.9 Struktuur van die verhandeling.....	11
1.10 Opsomming en slotopmerkings.....	12
Hoofstuk 2: Kontekstualisering van die studie.....	13
2.1 Inleiding.....	13
2.2 Privaat hoër onderwys internasionaal	13
2.3 Privaat HOI's in Suid-Afrika.....	15

2.3.1	Ontwikkelings in openbare HO wat bydra tot die groei van privaat HOI's.	15
2.3.2	Die groei en huidige posisie van privaat HOI's in Suid-Afrika	19
2.4	Die konteks van Akademia	25
2.4.1	Akademia se onderrigleermodel	27
2.4.2	Roosteropsies	28
2.4.3	Programaanbod	28
2.4.4	Studentepopulasie	30
2.4.5	Beheer en bestuur	36
2.4.6	Akademie se personeel	37
2.4.7	Bemarking van Akademia	40
2.5	Slotperspektief	41
	Hoofstuk 3: Bemarking en die besluitnemingsproses	43
3.1	Inleiding	43
3.2	Die aard van bemarking	43
3.2.1	Die bemarking van HO	44
3.2.2	Die bemarkingsmengsel: Kotler en Fox se 7P's van bemarking	49
3.3	Studentekeuse en -besluitneming	566
3.3.1	Kotler se vyffase-verbruikersbesluitnemingsproses	56
3.4	Keusefaktore	62
3.4.1	Moedertaalonderrig in die Suid-Afrikaanse hoërondewyskonteks	62
3.4.2	Die keuse tussen privaat en openbare HOI's	64
3.4.3	Die kwessie van afstand- of hibriede leer	65
3.4.4	Prys of finansiële oorwegings	66
3.4.5	Programaanbod en akademiese reputasie	67
3.4.6	Mense	699

3.4.7	Plek en afleweringsmetodes.....	70
3.4.8	Fisiese fasiliteite	71
3.4.9	Prosesse en besluitneming.....	71
3.4.10	Promosie en inligtingsbronne	72
3.4.11	Samevatting.....	78
3.5	Slotperspektief	79
Hoofstuk 4: Navorsingsmetodologie en -ontwerp		81
4.1	Inleiding.....	81
4.2	Navorsingsprobleem en -vrae	81
4.3	Navorsingsparadigma	83
4.4	Navorsingsmetodologie.....	84
4.5	Navorsingsontwerp	86
4.6	Populasie en steekproef.....	87
4.7	Data-insamelingsinstrumente.....	89
4.7.1	Kwantitatiewe meetinstrument.....	89
4.7.2	Kwalitatiewe meetinstrument	92
4.8	Insameling van die data	93
4.9	Dataverwerking en -analise.....	94
4.9.1	Kwantitatiewe dataverwerking en -analise.....	94
4.9.2	Kwalitatiewe dataverwerking en analise	95
4.10	Etiese oorwegings.....	96
4.11	Rol van die navorser in die ondersoek	98
4.12	Betroubaarheid en geldigheid van die navorsing	98
4.13	Slotperspektief	99
Hoofstuk 5: Navorsingsresultate en bevindinge		101
5.1	Inleiding.....	101

5.2	Navorsingsdoelstelling en -doelwitte	101
5.3	Bespreking van kwantitatiewe data	101
5.3.1	Responskoers.....	102
5.3.2	Demografiese profiel van respondente	102
5.3.3	Die belangrikheid van keusefaktore.....	113
5.3.4	Rangorde van keusefaktore volgens belangrikheid (Afdeling C)	125
5.3.5	Vergelyking van Afdeling B en Afdeling C se resultate	127
5.3.6	Die verband tussen keusefaktore en die bemarkingsmengsel.....	129
5.3.7	Blootstelling aan en belangrikheid van inligtingsbronne	132
5.3.8	Visuele voorstelling van inligtingsbronne as deel van die promosie- element	137
5.3.9	Betroubaarheid en geldigheid van die meetinstrument.....	139
5.4	Bespreking van kwalitatiewe data	140
5.4.1	Demografiese profiel van die deelnemers	140
5.4.2	Die besluitnemingsproses van Akademia-studente	141
5.5	Slotperspektief	148
Hoofstuk 6: Gevolgtrekkings, samevatting en aanbevelings		151
6.1	Inleiding.....	151
6.2	Hoofbevindinge aangaande keusefaktore van studente	151
6.2.1	Gevolgtrekkings aangaande die hoofbevindinge van keusefaktore....	151
6.2.2	Implikasies van die hoofbevindinge oor keusefaktore	153
6.2.3	Aanbevelings aangaande keusefaktore.....	154
6.3	Hoofbevindinge aangaande inligtingsbronne deur studente gebruik.....	156
6.3.1	Gevolgtrekkings aangaande die hoofbevindinge oor inligtingsbronne	156
6.3.2	Implikasies van die hoofbevindinge aangaande inligtingsbronne	157
6.3.3	Aanbevelings aangaande inligtingsbronne	159

6.4	Implikasies van die bevindinge vir 'n instelling se bemarkingstrategie.....	160
6.5	Beperkinge van die studie	161
6.5.1	Literatuurstudie	161
6.5.2	Empiriese studie	162
6.6	Voorstelle vir toekomstige studies.....	162
6.7	Slotperspektief	164
	Bronnelys	166
	Addendum A: Vraelys.....	186
	Addendum B: Onderhoudsprotokol	197
	Addendum C: Etiese klaring	200

Lys van figure

Figuur 2.1: Akademia se studentepopulasie volgens ras	30
Figuur 2.2: Akademia se studentepopulasie volgens geslag.....	31
Figuur 2.3: Verdeling van studente volgens onderrigleermodel	32
Figuur 2.4: Verdeling van eerstejaarstudente volgens studierigtings	33
Figuur 2.5: Ouderdomgroep as % van registrasies per jaar	34
Figuur 2.6: Groei in nuwe registrasies per sentrum.....	35
Figuur 2.7: Geslagsverdeling van akademiese personeel volgens aanstellingstipe .	38
Figuur 2.8: Organogram van Akademia	39
Figuur 3.1: 'n Visuele voorstelling van Kotler en Fox se 7 P's van bemarking	50
Figuur 3.2: 'n Visuele voorstelling van Kotler se vyffase- verbruikersbesluitnemingsproses	577
Figuur 5.1: Geslag van respondente	103
Figuur 5.2: Ouderdom van respondente.....	103
Figuur 5.3: Huistaal	104
Figuur 5.4: Etnisiteit.....	105
Figuur 5.5: Provinsie/land waar respondente woon	105
Figuur 5.6: Studiesentrums waar respondente geregistreer is	106
Figuur 5.7: Hoogste kwalifikasie behaal	107
Figuur 5.8: Jaar van matrikulasie	108
Figuur 5.9: Studierigting waarvoor respondente geregistreer is	109
Figuur 5.10: Werksituasie van die respondente	110
Figuur 5.11: Eerste keuse van HOI	111
Figuur 5.12: Roosteropsies van respondente.....	112
Figuur 5.13: Keusefaktore van Akademia-studente volgens die bemarkingsmengsel	130

Figuur 5.14: Die belangrikheid van bemarkingsmengsel-elemente gebaseer op die gemiddelde belangrikheid van keusefaktore vir studente.....	131
Figuur 5.15: Die belangrikheid van onderskeie inligtingsbronne as promosie-elemente	138

Lys van tabelle

Tabel 2.1: Akademia se programaanbod 2020/2021	29
Tabel 2.2: Programkoördineerders van Akademia	37
Tabel 5.1: Die belangrikheid van keusefaktore	115
Tabel 5.2: Die verband tussen keusefaktore en geslag.....	119
Tabel 5.3: Verband tussen keusefaktore en ouderdom.....	121
Tabel 5.4: Rangorde van keusefaktore in Afdeling C	126
Tabel 5.5: Rangorde vergelyking tussen Afdeling B en Afdeling C se resultate.....	128
Tabel 5.6: Tien hoogste keusefaktore vanuit Afdeling B	129
Tabel 5.7: Blootstelling aan en belangrikheid van inligtingsbronne	134

Lys van akronieme

CCEA	Cape Careers Exhibitors Association
CHE	Council on Higher Education
CIRP	Cooperative Institutional Research Program
CV	Curriculum Vitae
DHOO	Departement van Hoër Onderwys en Opleiding
DvO	Departement van Onderwys
HE	Higher Education
HEI	Higher Education Institution
HEQSF	Higher Education Qualifications Sub-Framework (Hoër Onderwys Kwalifikasie Subraamwerk)
HO	Hoër Onderwys
HOGK	Hoër Onderwys Gehaltekomitee
HOI	Hoëronderwysinstelling
JSE	Johannesburg Stock Exchange (Johannesburgse aandelebeurs)
NAMPO	Nasionale Mielieprodusente Oesdag
NKR	Nasionale Kwalifikasie Raamwerk
PROPHE	Program for Research on Private Higher Education
RHO	Raad op Hoër Onderwys
SAKO	Suid-Afrikaanse Kwalifikasie Owerheid
SU	Stellenbosch University
USAF	Universities South Africa

Hoofstuk 1

Agtergrond en oorsig van die studie

1.1 Inleiding

Hoëronderwysinstellings (HOI's) in Suid-Afrika kan gesien word as instellings wat ná seniorskoolvlak, dus graad 12, onderwys en opleiding bied op 'n voltydse, deeltydse of afstandsleerwyse (Gordon, 2016:14). Met 26 openbare universiteite (USAF, 2017), 99 geregistreerde en 34 voorlopig-geregistreerde privaat HOI's (DHOO, 2020) is daar 'n verskeidenheid opsies vir voornemende studente in Suid-Afrika. Mededinging in die Suid-Afrikaanse hoëronderwysomgewing is dus straf en daar is druk op HOI's om hulself effektief te bemark (Wiese, Van Heerden, Jordaan & North, 2009:40).

Die situasie van Afrikaans by hoëronderwysinstellings word deur Eloff en Greffrath (2016:2-4) verduidelik teen die agtergrond van apartheid en die regstelling daarvan deur middel van transformasie. Beide die regering se afdwing van 'n ideologiese transformasieparadigma en massa-optrede en eise van studente (Eloff & Greffrath, 2016:5) oefen druk uit op universiteite om divers en meertalig te wees en om toeganklik vir studente uit alle ras- en kultuurgroepeerings in Suid-Afrika te wees.

Artikel 29(2) van die Grondwet van die Republiek van Suid-Afrika (RSA, 1996) gee egter steeds vir elke Suid-Afrikaner die reg om in openbare onderwysinstellings onderwys in die amptelike taal of tale van eie keuse te ontvang, waar daardie onderwys redelikerwys doenlik is. Die praktiese uitvoering daarvan bied egter uitdagings, soos 'n gebrek aan meertalige akademië, beskikbaarheid van gehalte handboeke in verskeie tale en die praktiese uitvoerbaarheid van meertalige klasse.

Die slotsom waartoe Eloff en Greffrath (2016:8) kom, is dat terwyl Afrikaans op openbare universiteitsvlak beskerm moet word, die moontlikhede van privaat inisiatiewe, soos Akademia, om Afrikaans as akademiese taal te bevorder, ook as alternatiewe ontwikkel moet word. Hierdie siening word ondersteun deur Goosen (2016a:982) wat aandui dat hoewel sommige openbare universiteite steeds 'n belangrike rol in die behoud van universitêre Afrikaans speel, die toekoms hiervan nou in die hande van die Afrikaanse taalgemeenskap self is.

Met 'n toenemende vraag na hoër onderwys (HO) in Suid-Afrika en die onvermoë van die huidige openbare HO-sisteem om in hierdie behoefte te voorsien, bied privaat HOI's 'n lewensvatbare opsie om die groeiende aanvraag te akkommodeer, maar nie sonder uitdagings van hulle eie nie (Bezuidenhout, De Jager & Naidoo, 2013:1182). Privaat hoër onderwys in Suid-Afrika groei sterk sedert die laat 1990's en word deur die Departement van Hoër Onderwys en Opleiding (DHOO) en die Raad op Hoër Onderwys (RHO) erken. Dit word egter gekonfronteer met wye kritiek en voorbehoude oor aspekte soos die gehalte van programaanbiedings, fisiese fasiliteite en studente-ondersteuning. Die motiewe van hierdie instellings word soms ook bevraagteken omdat hulle meestal winsgewende organisasies is wat geen subsidies van die regering ontvang nie (Bezuidenhout et al., 2013:1182). Tog is die gehaltevereistes vir privaat HOI's dieselfde as vir openbare HOI's (Bezuidenhout et al., 2013:1183). Froneman (2002:36) vestig ook die aandag op die ontwikkeling van nieresidensiële hoër onderwys (wat oor grense strek) en die rol wat digitalisering speel in die onderwys en opleiding wat deur privaat instansies in Suid-Afrika gelewer kan word.

In 'n mededingende HO-mark word dit toenemend belangrik vir HOI's om op effektiewe bemaking aan hulle teikenmark te fokus (Angulo, Pergelova & Rialp, 2010; Wiese et al., 2009). Verbruiker-gedrewe strategieë gebaseer op 'n begrip van die teikenmark en optimalisering van geleenthede en hulpbronne (Gordon, 2016:14) is nodig aangesien die behoeftes van die verbruiker (in hierdie geval, die student) sentraal staan tot die instelling se bedrywighede en besluitneming. Daarom is dit belangrik vir 'n HOI om te weet watter faktore studente se keuse van HOI beïnvloed, watter inligtingsbronne voornemende studente gebruik in die proses van besluitneming, en hoe hierdie besluitnemingsproses vir die spesifieke teikenmark daar uitsien.

Internasionaal is verskeie studies hieroor onderneem (Absher & Crawford, 1996; Abubakar, Shanka & Muuka, 2010; Al-Fattal, 2010; Angulo et al., 2010; Ashraf, Liu, Ismat & Tsegay, 2017; Băcilă, 2012; Briggs, 2006; Brown, Varley & Pal, 2009; Chapman, 1981; Hemsley-Brown & Oplatka, 2015; Ivy, 2008; Johnson, Jubenville & Goss, 2009; Kranzow, 2019; Kusumawati, Yanamandram & Perera, 2010; Maringe, 2006; Moogan, 2011; Obermeit, 2012; Samani, Toroujeni & Shahbazi, 2017; Shields & Peruta, 2019; Sia, 2013; Simões & Soares, 2010; Soedijati & Pratminingsih, 2011; Stalińska, 2020; Walsh, Flannery & Cullinan, 2018; Warwick & Mansfield, 2004; Zain, Jan & Ibrahim, 2013). Min hiervan is in veral die afgelope dekade in Suid-Afrika

uitgevoer (Alexander, 2004; Bezuidenhout et al., 2013; Bonnema & Van der Walddt, 2008; Bruwer, 1996; Cosser & Du Toit, 2002; Gordon, 2016; Jones, 2002; Penceliah, Konyana & Maharaj, 2016; Wiese, 2008).

Vanuit die Suid-Afrikaanse studies, is slegs dié van Bezuidenhout et al. (2013) gefokus op die keusefaktore van studente aan privaat HOI's in Suid-Afrika. Daar is ook geen vorige studies gedoen wat spesifiek die besluitnemingsproses van Afrikaanssprekende studente in Suid-Afrika ondersoek het nie. Hierdie studie het ten doel om te bepaal watter motiveringsfaktore die grootste oorweging is vir studente wat 'n Afrikaanse privaat HOI kies, sowel as wat die belangrikste inligtingsbronne in hierdie proses is, en hoe die besluitnemingsproses tipies verloop vir studente van so 'n instelling.

1.2 Die navorsingsprobleem

Hierdie studie het ten doel om ondersoek in te stel na die faktore wat studente motiveer om by 'n Afrikaanse privaat HOI te studeer.

1.3 Navorsingsvrae

Die volgende drie vrae is deur die studie ondersoek:

- Watter faktore beïnvloed studente se keuse om by Akademia te studeer?
- Watter inligtingsbronne het Akademia-studente gebruik in hulle keuse van 'n HOI?
- Watter besluitnemingsproses volg studente wat Akademia kies?

1.4 Belangrikheid van die navorsing

Die resultate van die studie kan bydra tot 'n beter begrip van die bemarking van HOI's in Suid-Afrika oor die algemeen, en meer spesifiek van privaatinstellings waaroor daar betreklik min navorsing gedoen is. Verder kan dit lig werp op die belangrikheid van moedertaalonderrig vir HO en watter rol dit vir studente speel in hulle keuse van 'n HOI. Ook die unieke behoeftes van werkende studente word deur hierdie studie na die voorgrond gebring.

Navorsing oor die faktore wat studente motiveer om by 'n Afrikaanse privaat HOI te studeer het verder ook ten doel om waardevolle inligting vir bemarkingsbestuurders, studentewerwers, akademici en ander besluitnemers van HOI's in te win, deur die

besluitnemingsproses van 'n spesifieke teikenmark en unieke motiveringsfaktore beter te beskryf. Bemerkingsaanbiedinge kan daarvolgens aangepas word. Die navorsingsresultate maak die inligtingsbronne en rolspelers in die keuse van die HOI duideliker – bemarkingstrategieë kan dan fokus op die effektiewe gebruik daarvan.

Al-Fattal (2010:9) merk op dat daar betreklik min gemengde-metode-studies op die gebied van studente keusefaktore is – iets wat in die afgelope 10 jaar nie werklik verander het nie. Juis daarom voeg hierdie gemengde-metode-studie waarde toe tot die vraagstuk van bemarking van HOI's.

1.5 Doelwit en doelstellings van die navorsing

Die doelwit van die studie is om die faktore te bepaal wat studente motiveer om by 'n Afrikaanse privaat HOI te studeer.

Die doelstellings van die studie is om te bepaal:

- watter faktore 'n rol speel in studente se keuse om by Akademia te studeer;
- watter inligtingsbronne Akademia-studente gebruik in hulle keuse van 'n HOI; en
- wat die besluitnemingsprosesse van Akademia-studente behels.

1.6 Afbakening van die navorsing

Hoewel bemarking in HO dikwels misverstaan word omdat die konsep gesien word as deel van die besigheidswêreld, is daar reeds sedert 1958 ondersoek ingestel oor hoe bemarkingsbeginsels soos marksegmentering en promosies HO raak (Absher & Crawford, 1996:60). Met toenemende mededinging in die HO-omgewing en ook 'n groter klem op die student as verbruiker, word die behoefte na bemarkingsnavorsing en marknavorsing al hoe groter.

Hierdie studie maak deel uit van bemarkingsnavorsing in HO om die student as verbruiker beter te verstaan in 'n poging om 'n wedersydse verhouding tussen student en die HOI te bou en lojaliteit van studente teenoor instellings te versterk. Die studie beteken nie alleenlik vir Akademia 'n beter begrip van hulle mark nie, maar bied waardevolle inligting vir alle HOI's in Suid-Afrika, spesifiek aangaande die keusefaktore en inligtingsbronne wat huidige studente as belangrik ag.

As gevolg van die navorser se posisie in die bemarkingsafdeling van Akademia, is daar besluit om die studie slegs op hierdie HOI toe te spits. Verder was daar nie genoeg tyd beskikbaar om ander instellings te kry om aan die studie deel te neem nie. Dit was ook koste-effektief om die sisteme wat reeds tot die navorser se beskikking in Akademia is, soos die Spens vir die administrasie van die vraelyste, te benut. Laastens is Akademia tans een van slegs drie Afrikaanse privaat HOI's in Suid-Afrika. Uit die drie Afrikaanse privaat HOI's bied Akademia 'n meer omvattende programaanbod. Dus het die studente van Akademia toegang verleen tot 'n diverse groep studente wat verskil ten opsigte van geslag, ouderdom, provinsie, werksituasie en studierigting en wat almal gekies het om by 'n Afrikaanse privaat HOI in Suid-Afrika te studeer. Die studie het gefokus op die eerstejaarstudente aan Akademia, 'n Afrikaanse privaat HOI wat van 'n hibriede afstandsmodeel gebruik maak. Akademia se hoofkantoor is in Centurion, met 13 studiesentrums, waarvan 12 in Suid-Afrika en een in Namibië geleë is. Die onderrigmodel en ander relevante inligting oor Akademia word in hoofstuk 2 uiteengesit. Die rede hoekom daar besluit is om op eerstejaarstudente te fokus, is die feit dat hulle relatief onlangs 'n keuse van HOI moes maak, en waarskynlik die beste verslag sou kon lewer van die keusefaktore en inligtingsbronne wat hul besluit beïnvloed het.

Buiten dat daar op die eerstejaarstudente aan Akademia gefokus is, is daar geen ander beperking gestel ten opsigte van ras, geslag, studierigting of geografiese ligging van deelnemers aan die studie nie.

1.7 Verduideliking van konsepte

Keusefaktore/motiveringsfaktore: Faktore of eienskappe van 'n HOI wat daartoe bydra dat 'n student 'n positiewe of negatiewe gevoel oor 'n HOI koester (Gordon, 2016:15). Hierdie faktore kan ook intrinsiek tot die student wees, byvoorbeeld finansiële vermoëns of persoonlike voorkeure, of kan die invloed van ander persone soos familie, vriende of onderwysers weerspieël. Keusefaktore is dus die verskeidenheid van faktore wat 'n student oorweeg wanneer 'n keuse oor 'n HOI gemaak word.

Inligtingsbronne: 'n Verskeidenheid van promosiemateriaal, promosiegeleenthede en persone wat geraadpleeg kan word vir inligting oor 'n HOI, byvoorbeeld die instelling se webwerf, brosjures, opedae en huidige studente en personeel van die instelling.

Besluitnemingsproses: Die patroon van gedrag en gedagtes wat studente volg wanneer 'n keuse ten opsigte van 'n HOI gemaak word (Brown et al., 2009:315). In hierdie studie word die besluitnemingsproses getipeer as die vyf fases wat verbruikers gewoonlik volg voordat hulle 'n doelbewuste keuse maak (Kotler & Armstrong, 2008:265).

Hibriede afstandmodel: Die onderrigleermodel wat aangesig-tot-aangesig onderrig kombineer met aanlyn ondersteuning ten einde afstandstudente se leer te bevorder deur 'n optimale kombinasie van aanvullende modaliteite (Galvis, 2018:3).

1.8 Navorsingsontwerp en -metodologie

Die faktore wat studente se besluite oor waar en wat om te studeer beïnvloed, die inligtingsbronne wat hulle in die proses gebruik, en hoe hul besluitnemingsproses verloop, word beïnvloed deur onder andere persoonlike omstandighede, persoonlikheid en belangstelling (Maringe, 2006; Wiese 2008). Die studie het gefokus op eerstejaarstudente aan Akademia en die data-insameling is in Junie, Julie en Augustus uitgevoer nadat die studente se semestertoetse afgehandel is en voor hulle volgende toetsreeks sou begin. Hoewel dit ideaal sou wees om die studie reeds tydens oriëntering uit te voer wanneer die besluitnemingsproses nog vars in die studente se geheue was en die impak van hulle ervaring geminimaliseer kon word, was dit as gevolg van etiese klaringsvereistes nie moontlik om die studie vroeër uit te voer nie.

'n Gemengde-metode-studie is uitgevoer. Die eerste twee navorsingsvrae is ondersoek deur 'n vraelys te gebruik vir kwantitatiewe data-insameling, terwyl die derde navorsingsvraag meer verkennend van aard is en 'n individuele benadering gebruik is deur kwalitatiewe data met behulp van telefoniese onderhoude in te samel. Die studie is ooreenkomstig 'n pragmatiese paradigma uitgevoer (Cohen, Manion & Morrison, 2018; Plowright, 2011). Die pragmatiese paradigma is geskik vir die voorgestelde navorsing aangesien dit 'n gebruiksgesentreerde studie is deur 'n praktisyn in die navorsingsomgewing. Die paradigma maak daarvoor voorsiening om 'n praktiese probleem te ondersoek. Die pragmatiese paradigma word in hoofstuk 4.4 in meer besonderhede bespreek.

Vir die gemengde-metode-benadering is 'n opeenvolgende verduidelikende strategie gevolg (Cresswell, 2009; Cohen et al., 2018) waartydens die kwantitatiewe data eers ingesamel en geanaliseer is, gevolg deur die insameling en analise van die

kwalitatiewe data. Die kwantitatiewe data het die sekondêre kwalitatiewe data-insameling gerig, terwyl die kwalitatiewe data gebruik is om die resultate van die kwantitatiewe studie beter te verstaan (Cresswell, 2009; Cresswell & Plano Clark, 2018; Terrell, 2016). Hoofstuk 4.5 bied 'n verdere uiteensetting van die navorsingsontwerp.

Die navorser het self die meetinstrument wat gebruik is vir die kwantitatiewe studie opgestel en Kotler en Fox (1995:8) se 7P's van bemarking as breë raamwerk gebruik. Die proses wat gevolg is om ander faktore by te werk en dit met bestaande vraelyste te vergelyk, word in hoofstuk 4.7.1 bespreek. Die meetinstrument is dus gebaseer op soortgelyke studies in die verlede, maar dit het aan respondente die geleentheid gebied om die belangrikheid van sekere faktore in hulle eie omstandighede aan te dui.

In hierdie twee-fase navorsingsontwerp dien die kwalitatiewe studie as uitbreiding en verdieping van die resultate wat in die kwantitatiewe studie verkry is. Hoofstuk 4.7.2 bied 'n volledige bespreking van die samestelling van die kwalitatiewe meetinstrument.

1.8.1 Populasie en steekproef

Eerstejaarstudente van Akademia kon vrywillig via die Spens (Akademia se leerbestuurstelsel) aan die studie deelneem. Daar is gepoog om 'n hoë responskoers te kry ten einde die betroubaarheid van die studie te versterk. Gegewe die beperkinge en uitdagings van 2020, waaronder die implikasies van die Covid-19-pandemie en die tydsberekening van die vraelys, is minder response ontvang as waarvoor gehoop is. Die populasie en steekproef vir beide die kwantitatiewe en kwalitatiewe studie, word in hoofstuk 4.6 uiteengesit.

1.8.2 Data-insamelingstegnieke

Vervolgens word 'n kort oorsig oor die data-insamelingstegnieke wat gebruik is, gegee. 'n Volledige bespreking word in hoofstuk 4 aangebied.

1.8.2.1 Literatuurstudie

Die literatuurstudie het gefokus op die belangrikheid van sekere faktore in HO in Suid-Afrika wat die belangrikheid van moedertaalonderrig, die situasie van privaat HOI's, die keuse tussen privaat en openbare HOI's en die kwessie van afstands- of hibriede leer ingesluit het. Verder is die motiveringsfaktore vir studente in verskillende scenario's bestudeer en die onderskeie inligtingsbronne wat voornemende studente

tot hul beskikking het in hul keuse van 'n HOI. Laastens is die besluitnemingsproses van voornemende studente in Suid-Afrika ondersoek. Waar studies oor die onderwerp in Suid-Afrika ontbreek het, het die navorser haar toegespits op toepaslike literatuur oor studies wat in ander lande gedoen is om soortgelyke probleme na te vors. Hiervoor het sy gebruik gemaak van die wêreldwye web, die internet, aanlyn en ander biblioteke.

1.8.2.2 Vraelys

'n Vraelys as kwantitatiewe meetinstrument is elektronies op die Spens geskep deur gebruik te maak van een van Moodle se beskikbare instrumente. Eerstejaarstudente van Akademia het vir 'n beperkte periode van ongeveer 11 weke toegang tot die vraelys gehad en vrywilligers is gevra om dit te voltooi. Die navorser het studente uitgenooi om die meetinstrument te voltooi deur 'n boodskap aan die potensiële populasie te stuur met 'n skakel na die vraelys. Responskoerse is gemonitor en weeklikse opvolgbodskappe is gestuur totdat 'n voldoende aantal respondente gereageer het binne die beskikbare tyd vir die studie.

1.8.2.3 Onderhoude

Die kwalitatiewe onderhoude is na afloop van die dataverwerking en -ontleding van die kwantitatiewe studie uitgevoer sodat die resultate van die kwantitatiewe studie in ag geneem kon word. Die navorser het persoonlik telefoniese onderhoude gevoer met die respondente wat geïdentifiseer is vanuit die vrywilligers. Die onderhoude is opgeneem en daarna getranskribeer. Om geloofwaardigheid in kwalitatiewe data te verseker, stel Shenton (2004:66) voor dat die deelnemers selfs gedurende die onderhoude geleentheid gegun word om te weier om deel te neem aan die onderhoude, en ook van die begin af aangemoedig word om eerlik en vrylik te antwoord, soos wat in die inleiding van die onderhoudsprotokol aan respondente gekommunikeer is.

Respondente se terugvoer op die eerste oop vraag is opgevolg deur verdere vrae, gefokus op sekere aspekte van Kotler se vyffase-verbruikersbesluitnemingsproses (Kotler & Fox, 1995:251). Hierdeur kon verskille en ooreenkomste tussen respondente se terugvoer op die vrae gebruik word om die geloofwaardigheid te verifieer (Shenton, 2004:67). Verder is daar 'n duidelike uiteensetting gegee van die metodologie wat

gevolg is (Anney, 2014; Shenton, 2004) en die konteks van die studie (Anney, 2014; Shenton, 2004) wat bydra tot die geloofwaardigheid en betroubaarheid van die studie.

1.8.3 Data-analise en verslag

Ondersteuning met die statistiese analise en verwerking van die kwantitatiewe data is gebied deur 'n statistikus van die Statistiese Adviesdiens van die Universiteit van Stellenbosch (US). Die data wat versamel is uit die kwantitatiewe studie gee 'n aanduiding van die faktore wat studente se keuse om by Akademia te studeer, beïnvloed, en ook watter inligtingsbronne gebruik is in studente se keuse van 'n HOI. Hoofstuk 4.9 verskaf 'n volledige uiteensetting van die dataverwerking en -analise van beide die kwantitatiewe en kwalitatiewe data. Die resultate daarvan word in hoofstuk 5 bespreek.

Daar is ook gepoog om 'n besluitnemingsproses wat verteenwoordigend van al die respondente is, te identifiseer vanuit die data wat ingesamel is. Die resultate van die kwalitatiewe studie gee 'n aanduiding van die besluitnemingsproses wat studente volg in hulle keuse om by Akademia te studeer. Moontlike ooreenkomste of verskille met Kotler se vyffase-verbruikersbesluitnemingsproses (Kotler & Fox, 1995:251) kon hieruit gesien word. Die resultate van die navorsing dui daarop dat die navorsingsdoelwit gerealiseer het, naamlik om die faktore wat studente motiveer om by 'n Afrikaanse privaat HOI te studeer, te bepaal.

1.8.4 Etiese oorwegings

Etiese klaring is deur die Navorsingsetiekkomitee van die Universiteit van Stellenbosch verkry. Die voltooiing van die vraelys was vrywillig en studente het dit anoniem voltooi. Verdere etiese aspekte soos die identiteit, anonimiteit en vertroulikheid van die respondente en hulle data, word in hoofstuk 4.10 bespreek.

1.8.5 Rol van die navorser in die ondersoek

Die rol van die navorser in die ondersoek word in hoofstuk 4.11 aangespreek. Die navorser, as praktisyn in die bemarkingsafdeling van Akademia, het 'n pragmatiese belang by die navorsing, deurdat die resultate van die studie aangewend kan word in die bemarkingsbeplanning van Akademia. Betroubaarheid en akkuraatheid in die inligting wat verkry is, was egter vir die navorser deurgaans van belang om aan die vereistes van 'n wetenskaplike studie te voldoen, maar ook om in die toekoms bemarkingsbesluite op grond van hierdie data te kon neem.

1.8.6 Beperkinge van die navorsing

Gordon (2016:15) waarsku dat die meeste studies oor die bemarkingstrategieë van HOI's uitgevoer word onder bestaande studente in hierdie instellings, en dat studente beïnvloed kan word deur dit wat hulle ervaar het as studente by die bepaalde HOI, terwyl die studie poog om te verstaan wat die motiveringsfaktore, in die algemeen, vir die keuse van 'n HOI is. Hierdie waarskuwing van Gordon is ook 'n beperking op die studie hier ter sprake, en dit sou wenslik wees om soortgelyke studies te herhaal onder graad 11 en 12 leerders, of ten minste onder studente kort ná registrasie, maar voor die aanvang van klasse. Dit sou 'n duideliker aanduiding kon gee van hulle motiveringsfaktore. Die feit dat dataversameling vir hierdie studie eers aan die einde van die eerste semester kon plaasvind, sou kon beteken dat respondente reeds beïnvloed kon wees deur hulle ervaring van die HOI tydens die eerste semester.

'n Verdere beperking van die studie is dat dit slegs uitgevoer is op een Afrikaanse privaat HOI. Ook die gebrekkige beskikbaarheid van literatuur oor privaat HOI's in Suid-Afrika, en hulle bepaalde bemarkingstrategieë, is 'n beperking.

Verder was dit nie moontlik om alle faktore te oorweeg of te ondersoek nie, en is daar op die belangrikste faktore gefokus wat deur vorige navorsing bepaal is, terwyl daar deur oop vrae ruimte gelaat is vir die ontdekking van nuwe faktore.

1.8.7 Betroubaarheid van die navorsing

As gevolg van die navorser se posisie in die instelling se bemarkingsafdeling was dit veral belangrik om objektiwiteit te handhaaf in die interpretasie van die resultate van die studie. Respondente is ingelig oor die posisie van die navorser, en het die geleentheid gehad om enige tyd die onderhoud te staak indien hulle nie gemaklik gevoel het met die aard van die vrae nie. Die strekking van die vrae was egter nie van 'n persoonlike aard dat die navorser probleme hiermee ervaar het nie.

Gehalte in die onderhoude is verseker deur 'n onderhoudsprotokol te volg sodat die navorser se gesprek met elke respondent dieselfde formaat kon aanneem, en ook deurdat die oproepe opgeneem en getranskribeer is, sodat kodering presies kon plaasvind en die navorser geleentheid gehad het om weer na die oorspronklike onderhoude te luister om die konteks van die terugvoer weer te gee.

1.9 Struktuur van die verhandeling

Hoofstuk 1 – Agtergrond en oorsig van die studie

Die navorser stel die probleem bekend en dui aan hoe die probleem opgelos of beter verstaan kan word. Hierdie hoofstuk stel duidelik watter navorsingsmetodologie gevolg is en watter instrumente gebruik is.

Hoofstuk 2 – Kontekstualisering van die studie

Die studie vind plaas in 'n Afrikaanse privaat HOI, waarvan die unieke konteks in hierdie hoofstuk geskets word. Daar word ook ondersoek ingestel na die situasie van privaat HO internasionaal, en die ontwikkeling en huidige stand van privaat HOI's in Suid-Afrika. Dit stel die leser in staat om 'n beter begrip te hê van die navorsing wat gedoen is teen die agtergrond van hierdie instelling se uniekheid.

Hoofstuk 3 – Bemaking en die besluitnemingsproses

'n Literatuurstudie is gedoen wat verskeie motiveringsfaktore en vorige studies bestudeer het wat kon aandui hoe belangrik die verskillende motiveringsfaktore vir studente is. Ook literatuur aangaande die belangrikheid van verskillende inligtingsbronne in die besluitnemingsproses, en die besluitnemingsproses van voornemende studente self, is ondersoek.

Hoofstuk 4 – Navorsingsmetodologie en -ontwerp

'n Oorsig van die navorsingsontwerp sowel as die navorsingsmetodologie en -metode, wat die uitvoering van die navorsing gerig het, word gegee.

Hoofstuk 5 – Navorsingsresultate en bevindinge

In hierdie hoofstuk vergelyk die navorser die resultate van die data wat versamel is uit die vraelys en onderhoude met dit wat in die literatuur gevind is (soos in hoofstuk 3 bespreek). Die ooreenkomste en/of verskille tussen bestaande literatuur oor die onderwerp en data word hier uitgelig.

Hoofstuk 6 – Gevolgtrekkings, samevatting en aanbevelings

Hierdie hoofstuk gee 'n opsomming van die bevindinge wat bespreek en verkry is deur die navorsingsproses. Die navorser maak ook voorstelle gebaseer op die data wat versamel is en die interpretasie daarvan. 'n Samevatting van die studie word gegee.

1.10 Opsomming en slotopmerkings

In hoofstuk 1 word die rasionaal van die studie, die doelwitte en doelstellings, probleemstelling en terminologie verskaf. Verder word agtergrond gegee oor die navorsingsmetode en proses wat gevolg sal word vir die navorsing. In hoofstuk 2 sal die navorser die unieke konteks van Akademia as privaat HOI in Suid-Afrika, stel.

Hoofstuk 2

Kontekstualisering van die studie

2.1 Inleiding

Soos aangedui in hoofstuk 1, skep die toenemende druk op openbare HOI's 'n geleentheid vir privaat HOI's om nie net die druk ten opsigte van studentegetalle te verlig nie, maar ook om nismarkte te vul, soos moedertaalonderrig of 'n fokus op spesifieke studierigtings.

Vir die leser om die studie in die konteks van Akademia te begryp, is dit nodig om eers na die situasie van privaat HOI's in die internasionale omgewing, en ook privaat HOI's in Suid-Afrika te kyk, soos die ontwikkelinge in die openbare sektor ruimte geskep het vir die groei van privaat HO. Vervolgens word literatuur oor privaat HO en die plek daarvan internasionaal en plaaslik, bespreek.

2.2 Privaat hoër onderwys internasionaal

HOI's kan beskryf word as instellings wat onderwys en opleiding ná skoolvlak (graad 12) bied op 'n voltydse, deeltydse of afstandsbasis (Gordon, 2016:14). Onvoldoende ondersteuning deur regerings en die toenemende behoefte aan HO het gelei tot die groei van privaat HOI's wêreldwyd (CHE, 2018; Buckner, 2017). Volgens Maassen en Cloete (2002:18) word die ontwikkeling van privaat HO op nasionale vlak in alle lande deur die Wêreldbank ondersteun sowel as deur internasionale en plaaslike sakeondernemings wat HO as 'n beleggingsgeleentheid sien. Terwyl die aanvanklike fokus van HO ná die Tweede Wêreldoorlog op die ontwikkeling van die nasionale werksmag en politieke elite was, verskuif die fokus van HO tans toenemend na nasionale ontwikkeling, wyer toeganklikheid en uitnemendheid, veral in navorsing (Buckner, 2017:297). Deur die ontwikkeling en uitbreiding van die privaat HO-sektor word groter toegang en verbeterde gehalte moontlik gemaak sonder dat openbare hulpbronne daaraan afgestaan hoef te word (Buckner, 2017:297).

Wêreldwyd was een uit elke drie studente teen 2018 ingeskryf by privaat HOI's (Bothwell, 2018). Die *Program for Research on Private Higher Education* (PROPHE), wat deur Professor Daniel Levy gestig is, doen sedert die jaar 2000 navorsing oor privaat HOI's in 192 lande (Bothwell, 2018). In 2010 maak studente in privaat HO in Afrika 17.8% van die totale studentepopulasie uit, terwyl privaat HO in Suid-Asië 54.7% studente insluit, waarvan Indië met 58.3% en Nepal met 59.3% die grootste

bydraers is (PROPHE, 2020). Indië is ook wêreldwyd die streek met die hoogste privaat HO-getalle (12 443 748 studente), gevolg deur die Verenigde State van Amerika (5 617 069 studente) en Brasilië (4 764 498 studente) (PROPHE, 2020).

In Brasilië is daar reeds aan die begin van die 1990's 'n goed-ontwikkelde privaat HO-sektor (Maassen & Cloete, 2002:20) met ongeveer 75% van studente wat aan privaat HOI's in hierdie land studeer (CHE, 2018:7). In Kameroen is daar verwikkelinge in die HO-landskap na 1993, soos die stigting van 'n Engelse universiteit, waar die ander instellings almal Frans is (Maassen & Cloete, 2002:23). Die Engelse universiteit ontvang egter nie genoegsame befondsing om al die studente te akkommodeer nie, en in die HO-sisteem as geheel is daar nie genoeg plek vir al die studente wat vir HO in aanmerking kom nie. Dit het gelei tot 'n snelgroeiende privaat HO-sektor wat die regering nie kon reguleer nie (Maassen & Cloete, 2002:24). In Japan is daar ook 'n sterk privaat HO-sektor met sowat 75% van studente wat teen die einde van die 1990's by privaat instellings ingeskryf was (Maassen & Cloete, 2002:25).

Die tien lande wat volgens PROPHE (2020) baie min of geen studente in privaat HO het nie, is: Algerië, Bhutan, Kuba, Djiboeti, Eritrea, Griekeland, Luxemburg, Mianmar, Turkmenistan en Oezbekistan. Hiervan het slegs Algerië, Kuba, Griekeland en Mianmar werklik 'n monopolie in die openbare HO-omgewing – die ander het bloot klein getalle (Levy, 2018b:24).

Buckner (2017:299) se data toon dat daar tussen 1960 en 1980 elke drie jaar ongeveer 200 nuwe HOI's, beide openbaar en privaat, wêreldwyd gevestig is. Ná 1980 bly hierdie tendens konstant vir openbare HOI's terwyl nuwe privaat HOI's groei tot meer as 600 elke drie jaar vir die tydperk 1990 tot 2000 (Buckner, 2017:299). Die oprigting van privaat HOI's in 'n land toon 'n verwantskap met die vraag na HO, die Bruto Binnelandse Produk per kapita en staatspandering aan onderwys (Buckner, 2017:310). Volgens Levy (2018a:704) vind merkwaardige groei in die privaat HO-sektor wêreldwyd plaas ten spyte van faktore soos die volgende: (a) ongekende groei in studente-inskrywings aan openbare HOI's; (b) wisselende mate van finansiële privatisering in openbare instellings, dikwels tot voordeel van die toenemende inskrywings by openbare instellings; (c) volgehoue normatiewe opvattinge dat HO 'n openbare reg is, met die primêre verantwoordelikheid vir die voorsiening van en toesig daarop deur die Staat, wat die aanvaarding en wettigheid van privaat HO 'n uitdaging maak; (d) uitbreidingsregulasies, veral in die vorm van gehalteversekering en ander

akkreditasievereistes. Om meer van hierdie faktore se invloed op die ontwikkeling van privaat HO in Suid-Afrika te verstaan, word daar vervolgens na die HO-landskap in Suid-Afrika gekyk.

2.3 Privaat HOI's in Suid-Afrika

Privaat HOI's in derdewêreldlande word deur Cloete en Fehnel (2004:256) gesien as handelaars van kennis – hulle skep nie nuwe kennis deur navorsing nie en lei ook nie akademië op nie, hulle dryf handel met bestaande kennis. Privaat HOI's se mededingende voordeel lê in hulle bemarkingsstrategieë, buigsame produklewering en verpakking, en hulle vermoë om nismarkte te identifiseer (Cloete & Fehnel, 2004:256). Sedert die afskaffing van apartheid in 1994 is daar beduidende groei in die HO-sektor in Suid-Afrika, maar meestal onder privaat verskaffers (Gultig, 2000:40). Die groei in privaat instellings hou nou verband met die ontwikkelings in openbare HO, en vervolgens word sommige van hierdie ontwikkelings kortliks bespreek.

2.3.1 Ontwikkelings in openbare HO wat bydra tot die groei van privaat HOI's

Na 1994 fokus die demokratiese regering op die herbou en konseptualisering van HO deur 'n nasionale kommissie vir HO in plek te stel (Fehnel, 2004; Gultig, 2000). Die kommissie stel 'n raamwerk vir die transformasie van HO op, wat die basis vorm van die Witskrif op Onderwys no. 3 van 1997 en die daaropvolgende Wet op Hoër Onderwys van 1997 (Fehnel, 2004; Gultig, 2000, RSA, 1997). Die doel van die transformasieprogram, soos deur die Witskrif op Onderwys no. 3 voorgestel, was:

- om in die leerbehoefte van individue te voorsien deur die ontwikkeling van hulle intellektuele vermoëns;
- om aan die ontwikkelingsbehoefte van die gemeenskap te voldoen en die arbeidsmark van die nodige, vaardige werkers te voorsien;
- om by te dra tot die sosialisering van verantwoordelike burgers wat krities kon dink;
- en om by te dra tot die skep, deel en evaluering van kennis (DvO, 1997:3).

Die Wet op Hoër Onderwys (Wet 101 van 1997) bied 'n wetlike raamwerk vir sisteemwye beheer; die oprigting, verklaring, samesmelting en sluiting van HOI's; institusionele beheer; befondsing; taalbeleid; privaat HOI's; en die afskaffing van voormalige beheerliggame in HO (Du Plessis, 2006:98). Die Raad op Hoër Onderwys (RHO) word deur artikel 4 van die Wet op Hoër Onderwys (Wet 101 van 1997) in plek

gestel (RSA, 1997). Dit het gelei tot groot veranderinge in HO – waar universiteite voorheen outonomieit gehad het, was daar nou 'n oproep tot aanspreeklikheid deur die Staat, veral ten opsigte van die gehalte van hulle aanbiedings en die aanwending van openbare fondse (Jansen, Herman, Matentjie, Morake, Pillay, Sehoole & Weber, 2005:163). Veranderinge deur die regering wat die outonomieit en funksionaliteit van openbare instellings raak, sluit in: die sluiting of samesmelting van instellings, veranderinge aan die befondsingsformule, die beperking van studentegetalle, en 'n aanduiding dat die regering betrokke wil wees in die monitering van die universiteitsrade (Jansen et al., 2005:164).

Die RHO vestig die Hoër Onderwys Gehaltekomitee (HOGK) as 'n permanente komitee, en beide die RHO en die HOGK is onderworpe aan die beleide en kriteria wat deur die Suid-Afrikaanse Kwalifikasie Owerheid (SAKO) geformuleer is, ingevolge artikel 7(2) van die Wet op Hoër Onderwys (Wet 101 van 1997) (RSA, 1997).

Die Nasionale Plan vir Hoër Onderwys word in 2001 deur die Ministerie vrygestel om die doelwitte wat in die Witskrif vir Hoër Onderwys no. 3 uiteengesit is, te bereik (RSA MvO, 2001). Die volgende was sleuteldoelwitte van hierdie Nasionale Plan vir Hoër Onderwys, soos deur Gultig (2000:41) uitgelig:

- verbeterde deelname, met 'n fokus op meer studente uit voorheen-benadeelde groepe, gefokus op ras en geslag, maar ook werkende studente en dié van afgeleë gebiede;
- 'n groter fokus op loopbaan-gefokusde kwalifikasies en veral 'n groei in wetenskap, ingenieurswese en tegnologie-graduandi;
- 'n meer buigsame onderrig- en kwalifikasiesisteem wat nuwe onderrig- en leerstrategieë en 'n wye reeks afleweringsmetodes insluit; en
- die uitbreiding van nagraadse inskrywings om hoëvlak vaardighede te kan lewer wat nodig is vir 'n globale, innoverende gemeenskap.

Die transformasieproses word aangehelp deur samesmeltings wat deur die regering aangedui word in die Nasionale Plan vir Hoër Onderwys van 2001. Een-en-twintig universiteite en 15 teknikons smelt saam om elf universiteite, vyf universiteite van tegnologie en ses omvattende instellings te vorm (Jansen et al., 2005:162).

Die impak van die transformasie op die taalbeleid en die voorsiening vir Afrikaans as onderrigtaal word kortliks in hoofstuk 3 aangeraak. Terwyl die Universiteit van Port Elizabeth voorheen die enigste tweetalige openbare HOI was (Bunting, 2004:40), vereis groter diversiteit in studentesamestellings tussen 1994 en 2004 dat al meer Afrikaanse instellings begin om ook Engels as onderrigtaal te gebruik deur parallel-medium onderrig en tolking (Du Plessis, 2006:100).

Die NKR voorsien die moontlikheid dat verskillende kwalifikasies gelyk gestel kan word op grond van ooreenkomstige en oordraagbare uitkomst en vaardighede (Ensor, 2004:180). Alle HO-programme, nasionaal en institusioneel moet op die NKR geregistreer word (DvO, 1997:23). Die NKR is gesien as 'n struktuur waardeur opvoedkundig-benadeelde groepe 'n versnelde roete tot onderwys en opleiding kon verkry (Fehnel, 2004:229), deurdat dit voorsiening gemaak het vir verskillende roetes as toegang tot HO: formele skoolopleiding, volwasse basiese onderwys en opleiding, en erkenning van vorige leer, of 'n kombinasie hiervan (DvO, 1997:24).

In 2013 is drie subraamwerke in plek gestel wat saam die NKR vorm. Dit sluit in: die Hoër Onderwys Kwalifikasie Subraamwerk (HOKSR) ('HEQSF'); Algemene en Verdere Onderwys en Opleiding Kwalifikasie Subraamwerk; en die Beroepskwalifikasie Subraamwerk (CHE, 2013:6). Hiervolgens bied elke subraamwerk spesifieke terminologie en benaderings tot gehalteversekering vir die vlakke van onderwys en opleiding waarop dit fokus, maar verseker ook verhoudings tussen die subraamwerke om duplisering te vermy (CHE, 2013:7). Die behoefte aan doelgerigte samewerking met erkende professionele liggame in die ontwikkeling van die professionele kwalifikasies in die subraamwerke word ook beklemtoon (CHE, 2013:7). Die HOKSR vorm die grondslag vir die integrasie van alle HO-kwalifikasies in een raamwerk, terwyl dit ook 'n basis bied vir die ontwikkeling van standaarde en vir gehalteversekering (CHE, 2013:11).

Die Witskrif vir Naskoolse Onderwys en Opleiding van 2013 stel verdere riglyne in plek om die Departement van Hoër Onderwys en Opleiding, wat in 2009 tot stand kom, te ondersteun om 'n enkele, gekoördineerde naskoolse onderwys- en opleidingsstelsel te ontwikkel en ook die doelwitte soos uiteengesit in vorige witskrifte, te help bereik (DHOO, 2013:4). Hiervolgens word 23 openbare universiteite, 50 openbare tegniese en beroepsonderwys- en opleidingkolleges, openbare volwasse leersentrums, en privaat naskoolse instellings ingesluit onder die naskoolse stelsel waarvoor die

DHOO verantwoordelik is (DHOO, 2013:5). Die Witskrif word opgevolg deur 'n Konsep Nasionale Plan in 2017, wat die roetekaart stel vir die ontwikkeling van naskoolse onderwys en opleiding vir die tydperk van 2018 tot 2030, deur 'n implementeringsraamwerk vir die beleidsdoelwitte van die Witskrif daar te stel (DHOO, 2017:8).

'n Uitgebreide afstandsonderrigstelsel speel ook 'n noodsaaklike rol in die toenemende toegang tot en gehalte van onderrig (Gultig, 2000:42), en HO oor grense heen word moontlik gemaak danksy die digitale rewolusie (Froneman, 2002:36). Gedurende die 1980's het Suid-Afrika twee afstandsonderriginstellings, naamlik die Universiteit van Suid-Afrika (Unisa) en Technikon Suid-Afrika (Bunting, 2004:48). Hoewel hulle histories hoofsaaklik wit studente bedien het, kon hulle ook swart studente inskryf indien daar aan die minimum toelatingsvereistes voldoen is (Bunting, 2004:48), en was hulle die enigste "nierassige" HOI's in Suid-Afrika voor 1994 (Fehnel, 2004:228). In 2001 dui die Nasionale Plan aan dat daar 40 000 studente ingeskryf was aan hierdie twee afstandsonderriginstellings. Hierdie plan maak ook die voorstel om die twee instellings, sowel as die afstandsonderrigbeen van Vista Universiteit te laat saamsmelt tot een instelling in die 'nuwe' Unisa. Na die samesmelting en tot 2013 was Unisa die enigste HOI in Suid-Afrika wat toegelaat is om afstandsonderrig te verskaf wat daartoe gelei het dat dit tot een van die grootste openbare instellings in Suid-Afrika gegroei het (Mittelmeier, Rogaten, Long, Dalu, Gunter, Prinsloo & Rienties, 2019:20), met tans sowat 350 000 studente – meer as enige ander Suid-Afrikaanse instelling (Unisa, 2020). In 2013 verander die regulasies aangaande afstandsonderrig en die Witskrif van 2013 gee erkenning aan die Noordwes-Universiteit, Universiteit van Pretoria, Universiteit van KwaZulu-Natal en 'n "handjievol ander openbare en privaat instellings" om saam met Unisa die mark vir afstandsonderrig te bedien (DHOO, 2013: 50-51).

In die regulatoriese raamwerk wat hierbo uiteengesit is, word privaat HO aangemoedig as deel van die beleid om toegang tot HO te verhoog en gehoor te gee aan die vereistes van die arbeidsmark (Froneman, 2002; Gultig, 2000; Jansen et al., 2005). Die indrukwekkende groei in die behoefte aan privaat HO het 'n uitdaging gebied aan die openbare HO-sistels tydens die transformasietydperk (Jansen et al., 2005:163). Die groei en huidige posisie van privaat HOI's in Suid-Afrika word volgende bespreek.

2.3.2 Die groei en huidige posisie van privaat HOI's in Suid-Afrika

'n Aanvraag na professionele opleiding en alternatiewe roetes tot matriek het gelei tot die ontwikkeling van privaat verskaffers van professionele, tegniese en beroepsopleiding sodat daar teen 1974 reeds 32 geregistreerde professionele instellings was, waarvan die meeste privaat bestuur is (Fehnel, 2004:228).

Privaat HO is grootliks verontagsaam deur die regering en die navorsingsgemeenskap tot en met die drastiese veranderinge in die laat 1990's toe die snelgroeiende privaat HOI's die politieke wêreld en die openbare sektor se aandag getrek het (Jansen et al., 2005:174). In die Witskrif op Onderwys no.3 (DvO, 1997:21) gee die ministerie erkenning aan die rol wat privaat HO speel in die uitbreiding van toegang tot HO, veral in nismarkte. Die uitdaging om 'n omgewing te skep wat swak gehalte en nie-volhoubare HOI's sal verhoed, het daartoe gelei dat 'n regulatoriese raamwerk onder die Wet op Hoër Onderwys (101 van 1997) geskep is. Dit sou verseker dat slegs privaat HOI's met die nodige infrastruktuur en hulpbronne om volhoubare en gehalte programme te bied geregistreer mag word (RSA, 1997). Hulle programme moet deur die akkreditasieproses van SAKO gaan om geregistreer te kan word op die NKR (DvO, 1997:21).

Die Witskrif op Hoër Onderwys no. 3 (DvO, 1997:21) erken ook die rol wat afstandsonderrig speel om die uitdaging van verbeterde toegang, 'n diverse studentegemeenskap en verbeterde gehalte van HO aan te pak, in die konteks van hulpbronbeperkinge. Hiervolgens word 'n nasionale raamwerk vir buigsame leer voorgestel wat beter gebruik kan maak van skaars en duur fisiese hulpbronne, akademië en onderrigkundigheid. Die bestaande HOI's word aangemoedig om effektiewe en buigsame leeromgewings te ondersoek en te skep (DvO, 1997:22).

Die Wet op Hoër Onderwys (Wet 101 van 1997) verwelkom privaat HOI's in die onderwyslandskap deur riglyne te stel vir die registrasie van privaat HOI's. Hiervolgens kon privaat HOI's vir die eerste keer grade en diplomas aanbied. Die mikpunt was om toegang, diversiteit en differensiasie te verbeter. Privaat HOI's kan dus 'n aanvullende rol speel in die openbare sektor se pogings om die arbeidsbehoefte van die nuwe demokrasie te ondervang (Fehnel, 2004; Jansen et al., 2005).

2.3.2.1 Aanvanklike groei van privaat HO

Hierdie ontwikkelinge het gelei tot aggressiewe bemerking deur privaat instellings en vennootskappe met openbare instellings (Fehnel, 2004:230). Die veronderstelling dat die regering van plan was om grootskaals in opvoeding en opleidingsprogramme te investeer; 'n gebrek aan 'n omvattende regulatoriese raamwerk; en 'n oortuiging dat daar 'n beduidende wins gemaak kon word deur die regte vaardighede (wat nodig was vir nasionale ekonomiese ontwikkeling) aan te bied (Fehnel, 2004:230). In 1998 bevind 'n studie dat daar 120 privaat HOI's is met minder as 1000 studente, waarvan 90 van hierdie instellings elkeen minder as 250 inskrywings het, terwyl vier groot ondernemings, naamlik Adcorp, ADvTECH, Educor en Privest, aansienlike groei in aandele getoon het gedurende hierdie tydperk (Fehnel, 2004:231).

Die vryheid wat privaat HO in Suid-Afrika geniet gedurende die transformasietydperk ná 1994 verander in 1999 na 'n hoogs gereguleerde omgewing met hoë toegangsvereistes vir instellings. 'n Regulatoriese raamwerk en akkreditasieprosedures verseker dat die voorsiening van privaat HO volgens sekere gehaltestandaarde plaasvind (CHE, 2018:3). Die rede hiervoor is 'n bekommernis oor die gehalte van privaat instellings se akademiese en programaanbod, die toestand van fisiese fasiliteite en die winsmotief van sommige van die instellings (Bezuidenhout et al., 2013:1182).

Die aanvanklike registrasieprosedure vir privaat HOI's was ingewikkeld en verwarrend (Fehnel, 2004:233). Teen die einde van 1999 het die DvO reeds 323 aansoeke ontvang (Jansen et al., 2005:176). Voornemende privaat HOI's was onkundig en onervare en kon dikwels nie die nodige registrasie-inligting aan die DvO voorsien nie, of die gepaste kursusmateriaal verskaf vir gehalteversekering deur SAKO nie. Gebrekkige inligting oor studente-inskrywings het tot verhoogde agterdog oor die bedrywighede van privaat HOI's gelei (Jansen et al., 2005:176). Met die totstandkoming van die Hoër Onderwys Gehaltekomitee (HOGK) word die verantwoordelikheid van die akkreditasieproses by SAKO oorgeneem, terwyl institusionele oudits en gehaltebevordering ook deel van die pligte van hierdie komitee uitmaak (DvO, 1997:23). Die Wysigingswet op Hoër Onderwys van 1999 gee die Minister van Onderwys meer mag om die privaat HO-verskaffers te reguleer, en verhoed ook privaat instellings om die woorde “universiteit”, “technikon” of “hoër onderwyskollege” te gebruik (Fehnel, 2004; Jansen et al., 2005).

2.3.2.2 Strenger regulering van privaat HO

Met die meeste van hulle programme op NKR-vlak 5, en net 14% op NKR-vlak 6 was die privaat HOI's teen die aanbreek van die nuwe millennium nie werklik 'n bedreiging vir openbare HOI's nie (Jansen et al., 2005:178), maar in die Nasionale Plan vir Hoër Onderwys van 2001, word privaat HO duidelik as mededinger vir die openbare sektor aangedui (Jansen et al., 2005; RSA MvO, 2001). Die toenemende mededinging tussen HOI's word toegeskryf aan die afname in studente-inskrywings in die laat 1990's, en finansiële beperkinge as gevolg van verminderde staatsbefondsing (RSA MvO, 2001:12). Die mededinging tussen die onderskeie HOI's kan waargeneem word op veral drie gebiede:

- die snel ontwikkeling van afstandsonderrigprogramme deur tradisionele kontakinstellings;
- die vestiging van satellietkampusse deur kontakinstellings om die lewering van afstandsonderrigprogramme te fasiliteer; en
- die drastiese groei van die privaat HO-sektor met 'n beperkte fokus op die lewering van lae koste, en hoë aanvraag vir programme in veral besigheid, handel en bestuur (RSA MvO, 2001:13).

In die Nasionale Plan word strenger regulasies vir die privaat HO-sektor voorgestel. Een hiervan is dat (veral in die gevalle waar privaat HOI's hulself wil vestig as universiteite) sulke instellings moet voldoen aan en onderwerp word aan dieselfde vereistes as openbare HOI's (RSA MvO, 2001:61).

Die huidige registrasieproses vir privaat HOI's is steeds uitgereken en omslagtig, maar duideliker riglyne daarvoor word gegee. Instellings moet aan sekere vereistes voldoen om te kan registreer by die DHOO. Die programme wat hulle aanbied moet geakkrediteer word by die HOGK van die RHO en geregistreer word by SAKO, soos wat verwag word van programme wat deur openbare instellings aangebied word (CHE, 2018:3). Die registrasie van privaat HOI's is onderworpe aan die finansiële lewensvatbaarheid van die instelling; die gehalte van die programaanbod; en of die aanbod in die openbare belang is (Jansen et al., 2005:179).

In 2013 wys die DHOO daarop dat gebrekkige data oor privaat instellings beskikbaar is, en onderneem hulle die ontwikkeling van sisteme om betroubare inligting oor privaat instellings te verseker, insluitend die geografiese verspreiding van instellings,

die aantal instellings en studente, en die programaanbod van studierigtings (DHOO, 2013:43). Die Witskrif vir Naskoolse Onderwys en Opleiding dui ook daarop dat die registrasie by die DHOO en die institusionele en programakkreditasie by die HOGK nie genoeg is om aanspreeklikheid deur privaat instellings te verseker en studente teen swak aanbiedings en uitbuiting te beskerm nie (DHOO, 2013:43). Beter belyning tussen die DHOO, RHO en SAKO sowel as duideliker prosesse vir registrasie vir privaat HOI's word deur die DHOO beoog. Die ideaal is dat daar slegs een effektiewe registrasie-, moniterings- en regulasiesisteem moet wees (DHOO, 2013:43). Die Witskrif bevestig die DHOO se standpunt dat die openbare sektor die kern van die onderwys- en opleidingsisteem is en dat geen staatsbefondsing aan privaat instellings toegewys sal word nie (DHOO, 2013:43).

2.3.2.3 Die samestelling van en huidige tendense in privaat HO

Die aanbod van die privaat HOI's wissel tussen winsgewend en niewinsgewend, en met strenger regulasies vanaf 2002 is daar op enige gegewe tydstop ongeveer 120 geregistreerde privaat instellings waarvan die meeste klein instellings is met slegs een kampus en wat fokus op studierigtings in nismarkte (CHE, 2018:1). Die meeste van hierdie privaat HOI's fokus op kwalifikasies in besigheidsrigtings, terwyl daar ook instellings is wat fokus op teologie, skoonheid, grafiese ontwerp en gasvryheidstudies (CHE, 2018; DHOO, 2013; Jansen et al., 2005). Baie min instellings bied wetenskap, ingenieurswese, mediese en gesondheidskwalifikasies aan, hoofsaaklik omdat hierdie kwalifikasies hulpbron-intensief is.

Tendense wat in die privaat HO-landskap gesien word, is dat groot entiteite wat op die Johannesburgse aandelebeurs ('JSE') genoteer is klein instellings oorneem (CHE, 2018:4). Fehnel (2004:237) verwys na hierdie groep as "ryksbouers". Dit stel hierdie instellings in staat om HO in 'n verskeidenheid van velde aan te bied, terwyl uitbreiding vinniger plaasvind omdat die ontwikkeling van programme, en die akkreditasie en registrasie daarvan, reeds plaasgevind het. Daar is ook toenemende toetrede van internasionale HO-verskaffers in die plaaslike HO-mark, soos Pearson en Monash (CHE, 2018; Gultig, 2000). Instellings met 'n langtermyn visie kan geken word aan die beleggings wat hulle maak ten opsigte van die bou van kampusse, aanstel van voltydse akademiese personeel en die ontwikkeling van navorsingskapasiteit (Fehnel, 2004:238).

Die groei in privaat HOI's kan toegeskryf word aan die hoë aanvraag na HO in die mark, en die feit dat openbare instellings nie aan hierdie vraag kan voldoen nie. Veral 'n groter groep werkende studente wil graag verder studeer vir selfverryking, om loopbaanroetes te verander of om die nodige vaardighede te bekom om bevordering te kry (Froneman, 2002:40). Privaat HOI's bied aantreklike alternatiewe vir die oproer deur studente en veranderinge wat dikwels by openbare HOI's (CHE, 2018:6) voorkom. Voeg hierby die negatiewe persepsies aangaande laer standaarde en gehalte in die openbare sektor, finansiële beperkinge en studentebetogings (Jansen et al., 2005:175). Hoewel daar toenemende groei van privaat HOI's in Suid-Afrika is, wys die RHO in 2018 daarop dat dit steeds relatief min is in vergelyking met dié van ander lande soos Brasilië of Kenia (CHE, 2018:1). Die DHOO se 2018-syfers wys 'n totaal van 197 898 studente in privaat HOI's in Suid-Afrika, wat deur 124 geregistreerde privaat instellings bedien word (DHOO, 2018:24).

2.3.2.4 Afstands- en hibriede onderrig in privaat HO

Van die onlangse ontwikkelings in privaat HO in Suid-Afrika, is veral afstandsonderrig en digitale of hibriede instellings gewild, omdat tegnologie-gedrewe HO dit moontlik maak om 'n groter aantal studente te bereik (CHE, 2018:7). Die Witskrif vir Naskoolse Onderwys en Opleiding (DHOO, 2013:49) wys ook op die behoefte aan dié naskoolse sisteem. Dit bied geleenthede aan 'n verskeidenheid studente, insluitende volwasse studente wat graag wil studeer terwyl hulle werk, en skoolverlaters wat moontlik die sisteem verlaat as gevolg van hindernisse ten opsigte van finansies, sosiale omstandighede of leer-uitdagings. Daar is die persepsie dat aanlyn of afstandsonderrig goedkoper is om te voorsien, maar dit verg 'n aansienlike belegging in personeelvaardighede en tegnologie om geslaagd te wees. Studentesukses in hierdie afleweringsmodus is, sonder die nodige ondersteuning, gewoonlik redelik laag (CHE, 2018:8).

Aan die begin van die nuwe millennium, dui Gultig (2000:47) aan dat byna alle privaat HOI's gerig is op werkende studente, maar teen 2020 lyk hierdie situasie anders met groter getalle voltydse kontak privaat HOI's vir skoolverlaters soos Centurion Akademie, Private Hotel School en Open Window (DHOO, 2020). Froneman (2002:42) wys daarop dat veral afstandsonderrigstudente nie 'n homogene groep is nie, en dat verskille soos ouderdom, waar woonagtig, gestremdheid en lewensrolle in ag geneem moet word wanneer daar op afstandsonderrigstudente gefokus word.

Afstandsonderrig bied aan studente nuwe, stimulerende leergeleenthede, en word, volgens Froneman (2002:40), gekenmerk deur gehalte inhoud en diens. Ook by die DHOO is daar tans groter erkenning vir die rol van gemengde-metode-programaflewering op 'n kontinuum tussen aangesig-tot-aangesig onderrig en suiwer afstandsonderrig wat bepaal word volgens die behoeftes en konteks van die leerders sowel as die vereistes van die kurrikulum (DHOO, 2013:48).

Hoewel daar 'n verskuiwing is van die aanvanklike afstandsonderrig-tegnologie soos gedrukte handleidings, radio, televisie en video- en oudiokasette, na nuwe tegnologie soos optiese vesel, internet, rekenaar- en videokonferensie-tegnologie, is die stadige ontwikkeling en uitbreiding van hierdie tegnologieë in Suid-Afrika 'n uitdaging vir HO in afstandsonderrig en selfs as ondersteuning vir residensiële studente (Froneman, 2002:42). Die aanpasbaarheid wat nodig is om tred te hou met die vinnig-veranderende tegnologie, maniere hoe studente leer en wat studente moet leer met die oog op 'n onbekende wêreld van werk in die toekoms, vereis instellings met ervaring en 'n begrip van verskillende markte (CHE, 2018:11). Fehnel (2004:239) argumenteer dat 'n aantal groot privaat HOI's die potensiaal het om hoër vlakke van effektiwiteit te bereik deur groeperings van program-gekoppelde netwerke wat studente in staat sou stel om 'n kwalifikasie te voltooi en na 'n volgende oor te gaan met minimum moeite ten opsigte van aansoek, toelating en oordrag van krediete (Fehnel, 2004:239).

2.3.2.5 Samevatting

'n Diversiteit van institusionele en programopsies bied sosiale en ekonomiese voordele wat die doelwitte van gelykheid, effektiwiteit en vinnige reaksie, soos uiteengesit in die regering se beleidsdokumente, kan ondervang (Fehnel 2004:240). Die realiteit is egter dat baie studente privaat HOI's nie noodwendig as waardige eweknieë vir openbare HOI's beskou nie (Bezuidenhout et al., 2013:1182), veral wanneer nagraadse studies beoog word. Nagraadse studies word gewoonlik nie deur privaat instellings aangebied nie, as gevolg van 'n gebrek aan navorsingsfokus en -kapasiteit by privaat HOI's. Die voorstel is dat die regering bewus gemaak moet word van privaat instellings wat gehalteonderrig bied, veral in velde waar kritieke tekortkominge in die openbare HO bestaan. Hulle kan eerder privaat verskaffers befonds as om te poog om die tekortkominge in openbare instellings te oorkom (Fehnel, 2004:240). Die volwaardige rol van privaat instellings in die bydra tot die ontwikkeling van Suid-Afrika as deel van

die ekonomiese en politieke ontwikkeling van Afrika, moet erken en ondersteun word deur 'n omvattende, gekoördineerde HO-sisteem wat beide openbare en privaat instellings insluit (Fehnel, 2004:241).

Een van die leemtes wat die verwickelinge in die openbare HO-sektor in Suid-Afrika gelaat het, is 'n gebrek aan Afrikaanse onderriginstellings. Een van die privaat HOI's wat hierdie leemte probeer vul, is Akademia. Die konteks van Akademia word nou ondersoek.

2.4 Die konteks van Akademia

In die Suid-Afrikaanse HO-landskap wat hierbo beskryf is, is Akademia uniek aangesien dit die enigste privaat HOI is wat uitsluitlik Afrikaans as onderrigtaal handhaaf. Om hierdie rede word die konteks van die instelling bespreek, aangesien die studie binne hierdie unieke konteks plaasgevind het. Akademia het as 'n privaat, nuwingsgewende Afrikaanse hoërondewysinstelling in 2011 tot stand gekom en is in 2012 ingevolge die Wet op Hoër Onderwys (Wet 101 van 1997) by die Departement van Hoër Onderwys en Opleiding as 'n Afrikaanse privaat hoërondewysinstelling geregistreer (Akademia, 2020a). Akademia se visie is "om 'n leidinggewende verskaffer van hoërondewyskwalifikasies te wees" (Akademia, 2020a). Akademia se missie onderskei dit van ander onderriginstellings deur leergeleenthede en studente-ondersteuning te bied deur middel van 'n moderne tegnologiese stelsel (Akademia, 2020a), wat as volg beskryf word: "Gegronde studiebegeleiding deur moedertaalonderrig en 'n elektroniese ondersteuningstelsel bied geleentheid om intellektuele vermoëns en potensiaal te ontsluit deur die nuwe kennis en vaardighede, gebaseer op sterk waardebeginsels, te behaal" (Akademia, 2020a). Die fokus van Akademia is om 'n Afrikaanse gemeenskapsuniversiteit te wees wat toegang tot universiteitswese in Afrikaans bevorder en om dit uit te bou in die moderne internasionale samelewing (Akademia, 2020b).

Akademia onderskei haarself van ander HOI's op die volgende beginsels:

- 'n Christelike hoëronderwysinstelling wat aanvaar dat daar “nie 'n onoorbrugbare kloof tussen geloof en rede bestaan nie”;
- 'n verbintenis tot die klassieke universiteitswese wat aanvaar dat die denke tot haar reg kom wanneer dit “oopstaan vir die wonder van die werklikheid as geheel”;
- 'n Afrikaanse instelling wat uitnemende opleiding en uitstaande opvoeding in een van die mees ontwikkelde universitêre tale van die moderne era aanbied;
- 'n gemeenskapsinstelling wat strewe na goeie verhoudinge en wedersydse samewerking met ander universiteite, en ook gerig is op die dien van 'n spesifieke taal- en kultuurgemeenskap;
- 'n private en selfstandige HOI wat met behulp van die beste moontlike praktyke binne die konteks van die vrye mark bestuur word;
- 'n verbintenis tot die voorsiening van professionele opleiding sodat studente die arbeidsmark suksesvol betree;
- 'n verbintenis tot die klassieke ideaal van opvoeding sodat studente “nie net spesialiste in 'n bepaalde dissipline sal wees nie, maar dat hulle tegelyk insig in die geheel van dinge sal hê”;
- 'n verbintenis tot uitnemende navorsing sowel as dosering, en die uitbouing en ontwikkeling van beide in hul intrinsieke samehang;
- 'n kultuur van openheid en die rol van die vraag, wat 'n sentrale rol beklee in dosering en gesprek uitlok by studente; en
- 'n strewe daarna om in die toekoms haar “Christelike en klassieke aard in die beste moontlike praktyke van die universiteitsargitektuur te beliggaam” (Akademia, 2020a).

Akademia bied 'n oplossing vir die duisende Afrikaanssprekendes wat gehalte onderrig in hul moedertaal wil ontvang (Akademia, 2020b). In die strewe om hierdie leergeleenthede deur middel van moderne tegnologie te verskaf, bied Akademia se onderrigleermodel die antwoord.

2.4.1 Akademia se onderrigleermodel

Akademia se na-uurse onderrigmodel kombineer afstandsl eer met 'n klaservaring (Akademia, 2020c). Verpligte, interaktiewe kontakssessies word deur dosente vanuit die ateljee in Centurion deur middel van direkte uitsendings na 13 studiesentrums aangebied (Akademia, 2020c). Studiesentrums is in elk van die volgende areas geleë: Bellville, Bloemfontein, Boksburg, Centurion, Die Moot, George, Krugersdorp, Lynnwood, Paarl, Port Elizabeth, Somerset-Wes, Vanderbijlpark en Windhoek (Akademia, 2020b).

Die na-uurse kontakssessies bied toegang vir studente wat nie voltyds kan of wil studeer nie, en is ideaal vir mense wat werk terwyl hulle studeer (Akademia, 2020b). Tydens kontakssessies in die studiesentrums, wat ook gratis breëband-internettoegang bied, kan studente die dosent se klasnotas of berekeninge op 'n groot skerm sien, terwyl die dosent self lewensgroot op 'n tweede skerm vertoon (Akademia, 2020c). Klasgesprekke kan plaasvind deurdat studente 'n hand opsteek en 'n vraag vra deur middel van 'n mikrofoon. Sagteware bring outomaties so 'n student na die voorgrond van die videovoer in ander sentrums (Akademia, 2020c). Dosente kan hierdie klasgesprekke aanmoedig deur vrae aan enige student in enige van die studiesentrums te rig, en die bespreking word regstreeks oor studiesentrums heen gedeel en ervaar (Akademia, 2020c). Die interaktiewe aard van die kontakssessies bied aan studente 'n unieke afstandsl eerervaring, aangesien geen student slegs 'n toeskouer hoef te wees nie.

Akademia se pasgemaakte Moodle-platform, die Spens, vorm die ruggraat van studente se leerproses deur begeleiding en ondersteuning in tye tussen kontakssessies (Akademia, 2020c). Na afloop van klaskontakssessies word die opnames daarvan geredigeer, en beide 'n oudio-opname en video-opname van die sessie word op die Spens vir studente beskikbaar gestel (Akademia, 2020c). Dit maak dit vir studente maklik om inhoud wat tydens die sessie onduidelik was, weer te hersien of voorbereiding te doen vir assesserings. Aangesien die mark vir Akademia se na-uurse programme meestal werkende studente is, en veral studente in afgeleë gebiede, het daar 'n behoefte ontstaan om verskillende roosteropsies aan te bied.

2.4.2 Roosteropsies

Daar is twee roosteropsies beskikbaar vir studente aan Akademia¹. Die na-uurse rooster bestaan uit ongeveer 12 kontakssessies per module wat deurlopend deur die jaar by Akademia-studiesentrums aangebied word. Toetse en eksamens word ook by hierdie studiesentrums afgelê (Akademia, 2020c). Die blokkrooster is die ander alternatief wat geskik is vir studente wat verder as 80km van die studiesentrums af woon, of wie se werksure nie na-uurse kontakssessies toelaat nie (Akademia, 2020c). Die blokkrooster behels twee opeenvolgende dae van lesings by spesifieke Akademia-studiesentrums, vier keer per jaar, waarin alle modules se kontakssessie-inhoude behandel word (Akademia, 2020c). Assesserings vir die blokkroosterstudente word in assesseringsentrums naby aan die studente se leef- of werksareas afgelê, of met die hulp van Proctorio-sagteware in die gerief van die student se eie huis (Akademia, 2020c).

'n Verdere ontwikkeling vir 2021 is die aanbod van 'n voltydse kontakmodel, met ander woorde die meer tradisionele kampusbenadering, op die hoofkampus wat in Centurion geleë is. Hier sal studente voltyds klas kan bywoon terwyl kontakonderrig van hoogstaande gehalte steeds sterk deur die Spens ondersteun sal word. Die model is veral gefokus op skoolverlaters wat 'n meer aktiewe studentelewe wil geniet, en die kampus word ingerig met onder andere 'n kafeteria, kliëntedienssentrum, 'n biblioteek en verskeie studente-ondersteuningsinisiatiewe (Akademia, 2020c).

2.4.3 Programaanbod

Tot onlangs was Akademia se programaanbod redelik beperk tot BCom-kwalifikasies, twee Hoër Sertifikate en 'n Gevorderde Diploma in Projekbestuur. In die afgelope jaar is daar egter heelwat nuwe kwalifikasies goedgekeur by die Raad op Hoër Onderwys en die Suid-Afrikaanse Kwalifikasie Owerheid. Die onderstaande tabel bied 'n oorsig van Akademia se huidige programaanbod (Akademia, 2020b).

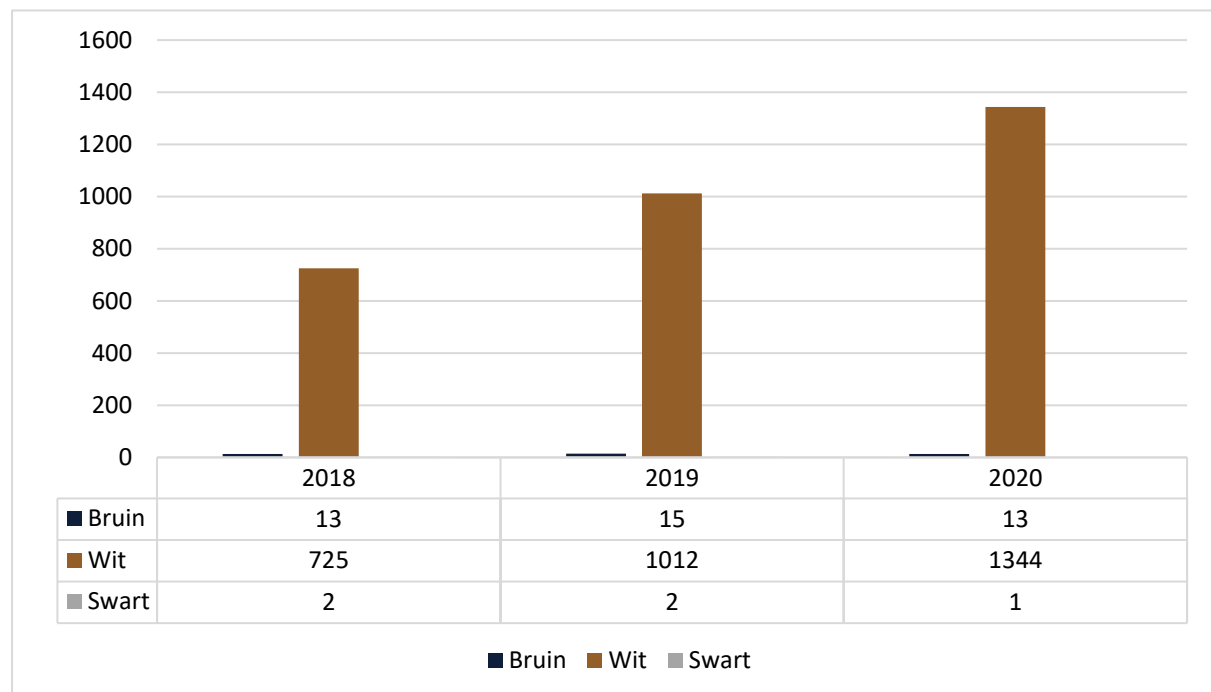
¹ Hierdie inligting is akkuraat vir die 2020-studiejaar waartydens die studie plaasgevind het. Veranderinge vir 2021 sluit die oorskakeling vanaf die blokkrooster na e-leer in, en die brondokumente is hiervolgens aangepas.

Tabel 2.1: Akademia se programaanbod 2020/2021

	Na-uurse onderrigmodel	Voltydse kontak- model
Fakulteit Ekonomiese en Bestuurswetenskappe		
Nagraadse Diploma in Belasting (vanaf 2021)	✓	
Nagraadse Diploma in Bestuursrekeningkunde (vanaf 2021)	✓	
BCom (Bestuursrekeningkunde)	✓	
BCom (Ekonomie en Regte)	✓	✓
BCom (Finansiële Beplanning)	✓	
BCom (Finansiële en Bestuursrekeningkunde) (vanaf 2021)		✓
BCom (Ondernemingsbestuur)	✓	✓
Gevorderde Diploma in Projekbestuur	✓	
Hoër Sertifikaat in Kantooradministrasie	✓	
Hoër Sertifikaat in Rekeningkunde	✓	
Fakulteit Geesteswetenskappe		
BA (Kommunikasie en Joernalistiek) (vanaf 2021)		✓
BSocSci (Politiek, Filosofie en Ekonomie)	✓	✓
Fakulteit Natuurwetenskappe		
BSc (Wiskundige Wetenskappe) (vanaf 2021)		✓
Fakulteit Opvoedkunde		
Nagraadse Onderwysertifikaat (Senior Fase- en VOO-onderwys) (vanaf 2021)	✓	
Fakulteit Regsgeleerdheid		
Baccalaureus Legum (LLB)	✓	

2.4.4 Studentepopulasie

Soos reeds bespreek bied Akademia Afrikaanse privaat HO op 'n na-uurse basis aan. Om die teikenmark van Akademia beter te verstaan, word daar na die studentepopulasie oor die afgelope drie jaar gekyk.

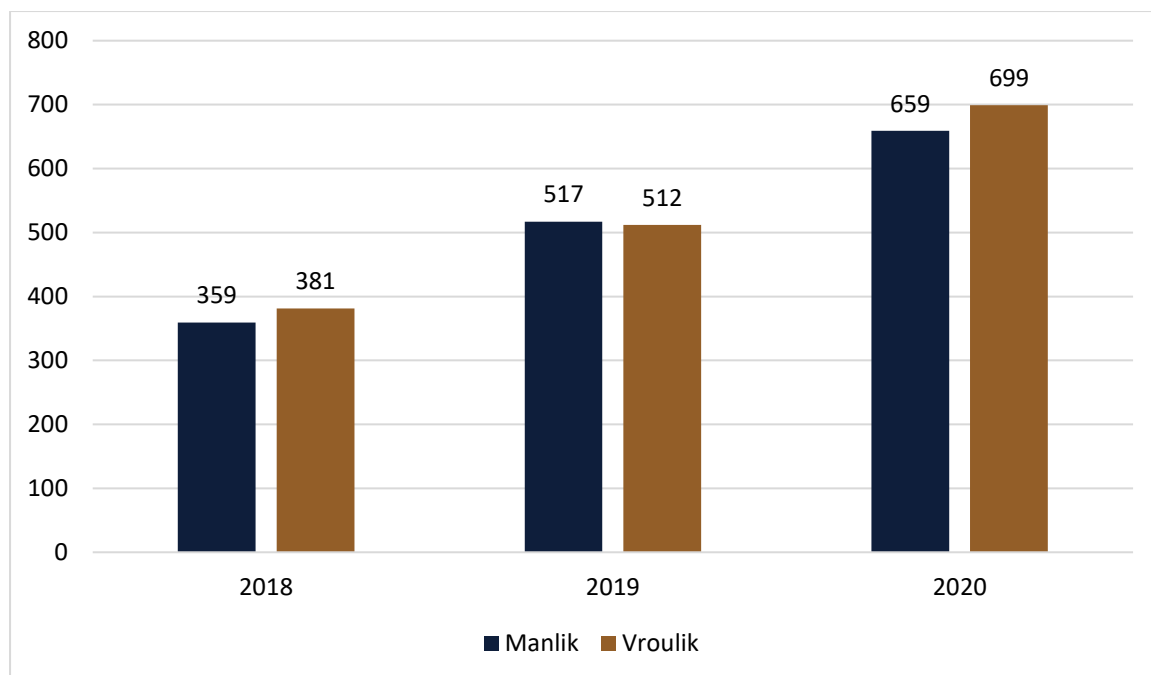


Figuur 2.1: Akademia se studentepopulasie volgens ras

(Akademia Registrateursafdeling, 2020)

In Figuur 2.1 word die rasverdeling van Akademia se studentepopulasie vir die afgelope drie jaar aangedui. Hieruit kan gesien word dat die grootste deel van Akademia uit wit studente bestaan, terwyl daar wel ook bruin en swart studente by die instelling studeer. Die samestelling van hoofsaaklik wit en bruin studente is waarskynlik as gevolg van die instelling se onderrigtaal, naamlik Afrikaans. Die algehele groei van die instelling ten opsigte van studentegetalle word ook duidelik in figuur 2.1 gesien, met bykans 'n verdubbeling van 2018 se getalle in 2020.

Volgende word daar gekyk na die geslagsamestelling van Akademia se studente.

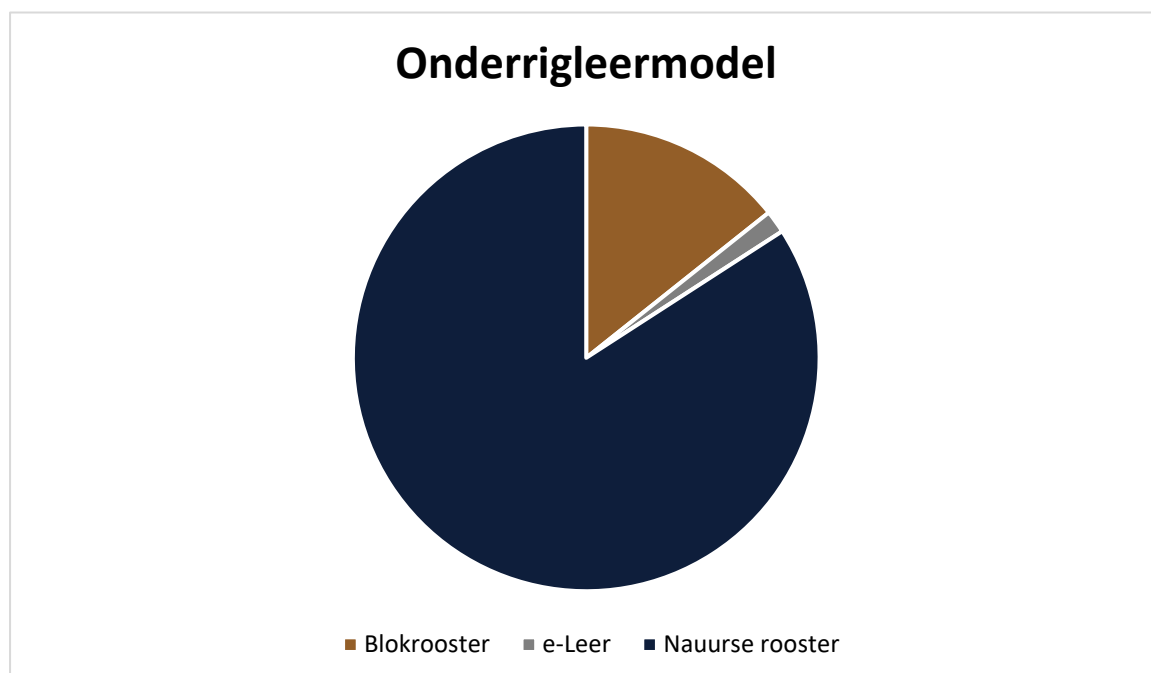


Figuur 2.2: Akademia se studentepopulasie volgens geslag

(Akademia Registrateursafdeling, 2020)

Die geslagsverdeling van Akademia se studente is redelik eweredig, met bykans gelyke hoeveelhede manlike en vroulike studente in 2019. In 2020, die jaar waarin die studie voltooi is, is daar 40 meer vroulike studente as manlike studente, hoewel hierdie syfers die totale studentepopulasie van Akademia verteenwoordig, en die samestelling van eerstejaarstudente moontlik kon verskil.

Figuur 2.3 dui die verdeling van studente volgens die onderrigleermodel waarvoor hulle in 2020 geregistreer is, aan.

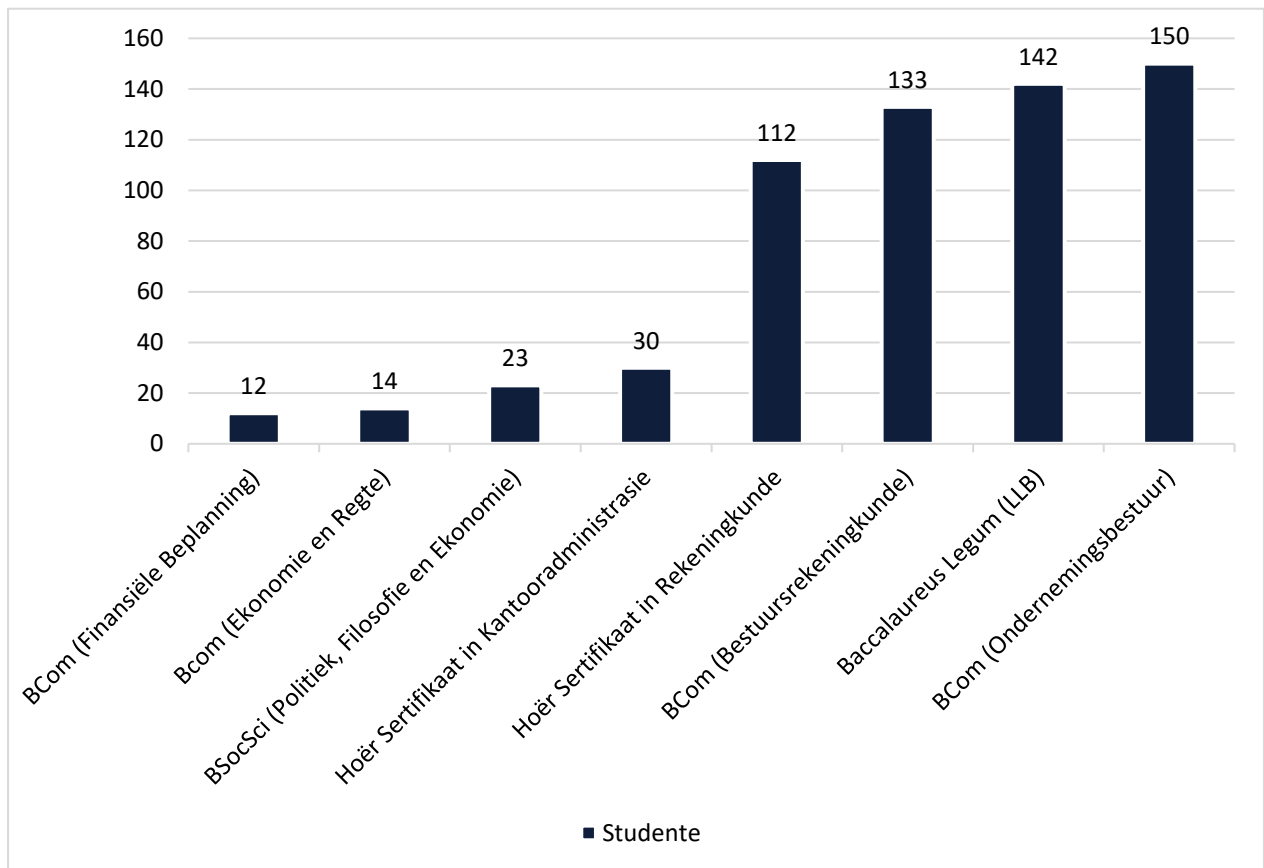


Figuur 2.3: Verdeling van studente volgens onderrigleermodel

(Akademia Registrateursafdeling, 2020)

Die blokrooster is in 2020 slegs vir eerstejaarsmodules van Akademia beskikbaar, en het reeds 200 ingeskrewe studente (14.73%) in die eerste jaar van aanbod. Studente wat in hulle tweede of derde jaar van studie is en verhuis na 'n area wat nie naby 'n studiesentrum is nie, kry geleentheid om deur middel van e-leer hulle program te voltooi. Twee-en-twintig studente (1.62%) maak van hierdie geleentheid gebruik. Die grootste deel van Akademia se studente (1136 studente) is vir die na-uurse rooster geregistreer in 2020. Hieruit kan afgelei word dat die studiesentrums in strategiese dorpe geleë is, of dat studente in afgeleë plekke nie noodwendig kennis dra van Akademia se alternatiewe onderrigleermodelle nie.

Van die 1358 geregistreerde studente vir 2020 waarop die data hierbo bereken is, is 616² eerstejaars. Die verdeling van hierdie eerstejaarstudente volgens studierigtings word vervolgens getoon.



Figuur 2.4: Verdeling van eerstejaarstudente volgens studierigtings

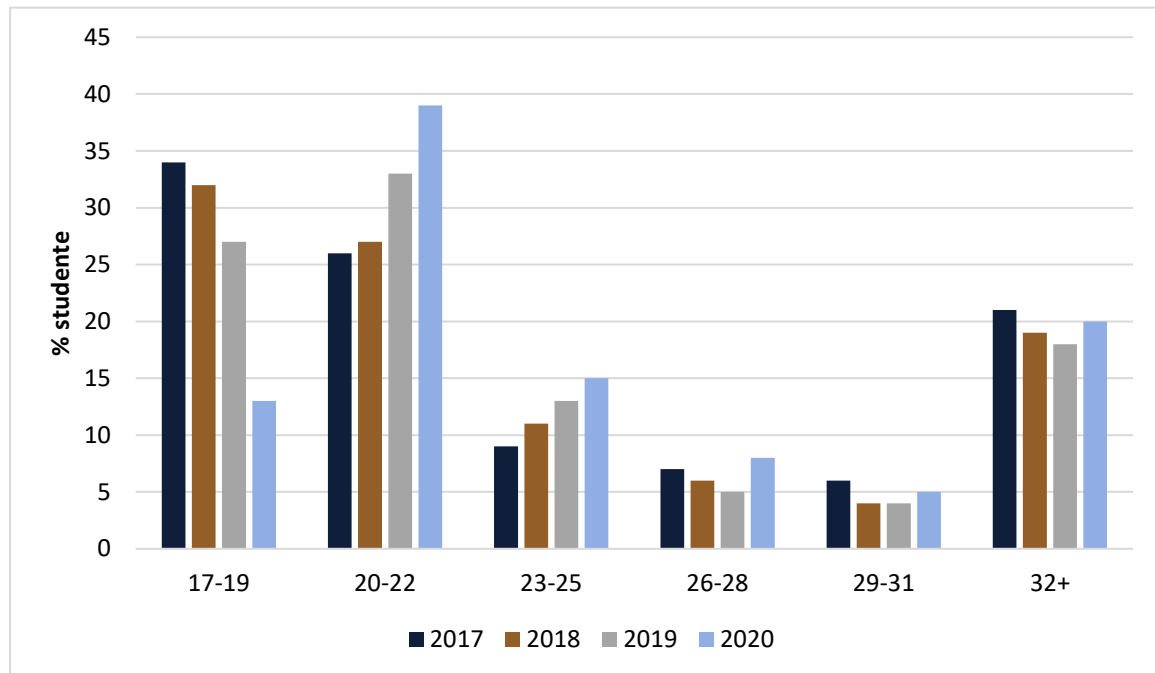
(Akademia Registrateursafdeling, 2020)

Uit figuur 2.4 kan gesien word dat BCom (Finansiële Beplanning) tans die studierigting met die minste eerstejaarstudente is, terwyl BCom (Ekonomie en Regte) slegs twee meer eerstejaars vir 2020 het. Die grootste groep eerstejaarstudente is ingeskryf vir BCom (Ondernemingsbestuur), met LLB net agt eerstejaars minder. Die groot getal studente in die program Hoër Sertifikaat in Rekeningkunde word toegeskryf aan die feit dat baie studente wat nie aan die nodige toelatingsvereistes vir 'n BCom-

² Ten tye van die studie was daar slegs 518 studente wat vir die eerste keer by Akademia geregistreer is in 2020 (sien hoofstuk 5). Die verskil in getalle is moontlik as gevolg van studente wat voorheen vir Hoër Sertifikate by Akademia geregistreer was, en dus nou as eerstejaarstudente van graadkwalifikasies gereken is, maar nie in die studie gereken is as studente wat in 2020 vir die eerste keer by Akademia studeer nie. Dit kan ook wees as gevolg van studente wat gederegistreer het.

kwaklifikasie voldoen nie, hierdie studierigting voltooi in die hoop dat dit hulle toelating tot graadstudies aan Akademia sal verleen (Akademia, 2020d).

Die aanname word dikwels gemaak dat na-uurse en afstandsonderrig grootliks op werkende studente gefokus is, en nie noodwendig gewild sal wees onder skoolverlaters nie. Vervolgens word daar na die ouderdomme van Akademia se studentepopulasie gekyk, om hierdie aanname te toets. Figuur 2.5 verteenwoordig die ouderdomgroepe as persentasie van die registrasies per jaar.



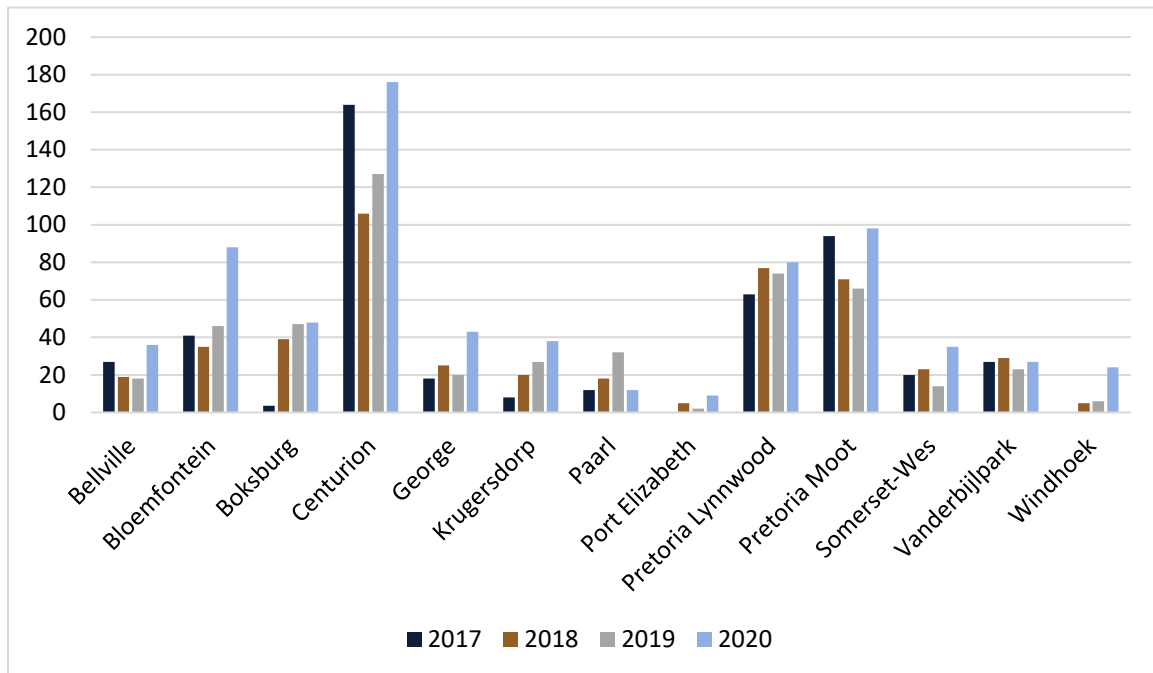
Figuur 2.5: Ouderdomsgroep as % van registrasies per jaar

(Akademia Registrateursafdeling, 2020)

Uit figuur 2.5 word duidelik gesien dat die getal skoolverlaters (17 tot 19 jaar) in 2020 'n baie kleiner deel van die populasie uitmaak. Dit kan wees as gevolg van skoolverlaters wat in vorige jare geregistreer het, en nou aanbeweeg het na die volgende ouderdomsgroep van 20 tot 22 jaar, wat die groei in hierdie ouderdomskategorie verduidelik. Daar is ook 'n groei in die persentasie van registrasies wat al die ander ouderdomsgroepe uitmaak, wat beide wys op die studente van Akademia wat ouer word, en 'n moontlike toename in die werkende studente wat by Akademia begin studeer.

Akademia se studiesentrums maak 'n kern komponent van Akademia se onderrigleermodel uit, en die groei van hierdie studiesentrums is 'n belangrike

aanwyser van die sukses van die model. Vir hierdie rede word daar gekyk na die groei in nuwe registrasies per sentrum.



Figuur 2.6: Groei in nuwe registrasies per sentrum

(Akademia Registrateursafdeling, 2020)

Die sentrums in Port Elizabeth en Windhoek het eers in 2018 tot stand gekom. By al die sentrums kan groei waargeneem word vanaf 2019 tot 2020, behalwe Paarl. Die moontlike rede waarom Paarl se nuwe registrasies afgeneem het, is as gevolg van 'n groot hoeveelheid studente wat in areas verder as 80km van die sentrum af woon, en vir die blokkrooster geregistreer is. Dus sal hulle getalle by Somerset-Wes getel word, aangesien laasgenoemde die studiesentrum is wat in die Kaap-omgewing vir blokkrostersessies gebruik word. Uit die grafiek kan ook gesien word dat Port Elizabeth se groei baie klein is, en daar word beoog om die studiesentrum vanaf 2021 te sluit en met e-leer te vervang.

Uit die bostaande bespreking kan gesien word dat Akademia se studente uit beide manlike en vroulike, meestal wit studente, bestaan moontlik as gevolg van die feit dat die onderrigtaal Afrikaans is. Die grootste getal studente in 2020 was vir die na-uurse rooster geregistreer, met die meeste eerstejaars in die BCom Ondernemingsbestuursprogram. Daar was egter ook groot groepe eerstejaars vir Hoër Sertifikaat in Rekeningkunde, BCom (Bestuursrekeningkunde) en LLB

geregistreer. Wanneer na die totale studentepopulasie gekyk word, vorm die ouderdomsgroep 20 tot 22 jaar die grootste persentasie van studente in 2020, gevolg deur studente ouer as 32 jaar. Dit is opmerklik aangesien die meeste HOI's met 'n kontakkomponent nie so 'n groot persentasie ouer studente het nie, en Akademia dus 'n nismark vul deur kontakonderrig aan volwasse studente te bied. Uit die registrasies per studiesentrum kan gesien word dat Centurion die gewildste is met die Moot en Lynnwood, beide in Pretoria, wat ook hoë getalle toon. Bloemfontein het byna verdubbel tussen 2019 en 2020, terwyl Windhoek verdriedubbel van 6 studente in 2019 na 24 in 2020.

Die bespreking van Akademia se studentepopulasie gee 'n goeie agtergrond tot die demografie waarbinne die studie sal plaasvind. Vir die studie word 518 studente geteiken wat in Junie aangedui het dat hulle in 2020 vir die eerste keer by Akademia geregistreer is.

2.4.5 Beheer en bestuur

Akademia se Direksie bestaan uit ses lede waaronder mnr Marthinus Visser (Besturende direkteur), prof Danie Goosen (Akademiese hoof) en dr Dirk Hermann (Direkteur) (Akademia, 2020e).

Ingevolge die Wet op Hoër Onderwys (Wet 101 van 1997) mag die akademiese bestuur van privaat HOI's geskei word van die besigheidsbestuur, met die voorbehoud dat die nodige sinergie behou word om die integriteit van beide die akademiese en besigheidsprosesse te behou (Akademia, 2016:4). Die Akademiese Raad van Akademia bestaan uit die Akademiese Hoof as voorsitter, die Besturende Direkteur, die Akademiese Programkoördineerders, die Registrateur en die *Provost* (Akademia, 2016:4). Die Akademiese Raad en sy subkomitees is verantwoordelik vir die bestuur en instandhouding van gehalteverskeringsbeleide en -prosedures van die bedrywighede en akademiese aanbiedinge van Akademia (Akademia, 2016:5). Die Bestuursraad, daarenteen, bestaan uit: die Besturende Direkteur, Finansiële Bestuurder, Akademiese Hoof, Registrateur, Operasionele Hoof, Hoof van Opvoedingstegnologie en die Bemerkingsbestuurder (Akademia, 2016:5). Die Bestuursraad is verantwoordelik vir die implementering en uitvoering van die strategie soos bepaal deur die Direksie en die bestuur van bedrywighede, finansiële sake, bemerking, wetlike voldoening en ander bestuursaangeleenthede (Akademia, 2016:5). Die organogram van Akademia word in figuur 2.8 uiteengesit.

2.4.6 Akademiese personeel

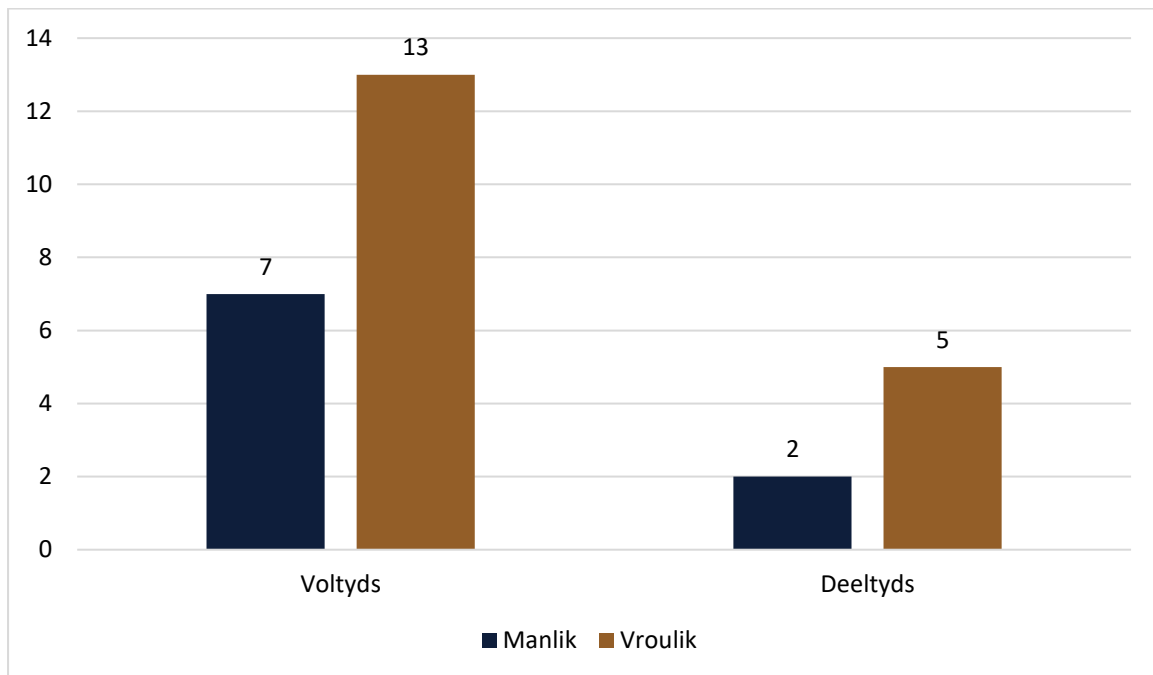
Die akademiese afdeling van Akademia word gelei deur prof Danie Goosen, die Akademiese Hoof. Daar is ook tans drie dekanate aangestel, naamlik prof Gawie du Toit (Dekaan: Opvoedkunde en Waarnemende Dekaan: Ekonomiese Bestuurswetenskappe), prof Hannes Rautenbach (Dekaan: Natuurwetenskappe) en prof Pieter Duvenage (Dekaan: Geesteswetenskappe).

Die volgende posvlak bestaan uit tien programkoördineerders waarvan nege vroulike personeel is. Die onderstaande tabel dui die programkoördineerders en hulle programme aan.

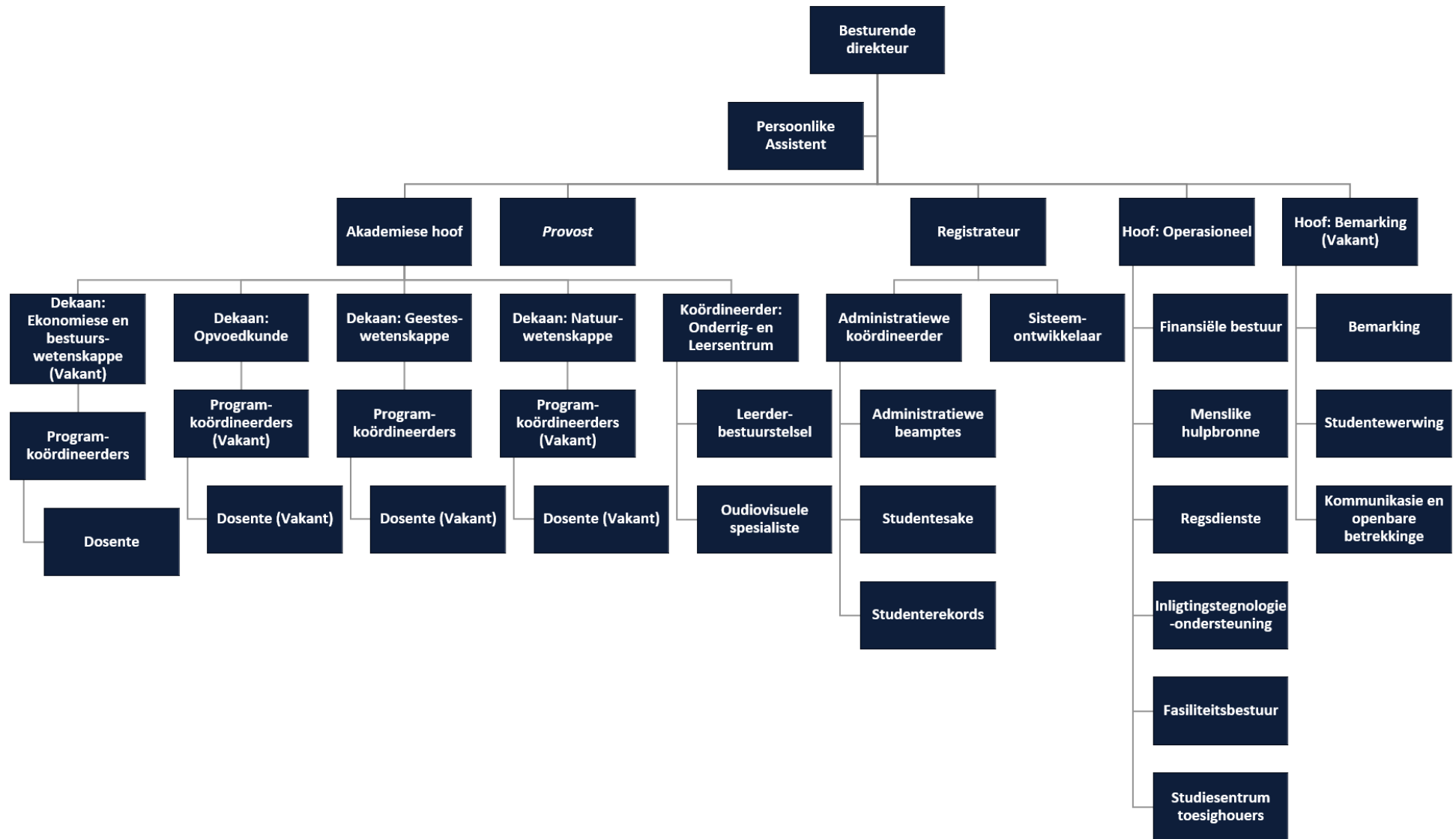
Tabel 2.2: Programkoördineerders van Akademia

Programkoördineerder	Afdeling/program
Elzette le Roux	Koördineerder: Onderrig- en Leersentrum
Dr. Alé Steyn	BA (Kommunikasie en Joernalistiek)
Alida Kok	BSocSci (Politiek, Filosofie en Ekonomie)
Elize-Mari Coetzer	BCom (Ondernemingsbestuur)
Prof. Hermie Coetzee	BCom (Ekonomie en Regte)/LLB
Jaun Kriel	Gevorderde Diploma in Projekbestuur
Joey Vlok	Hoër Sertifikaat in Kantooradministrasie
Nicolene Steenkamp	BCom (Finansiële Beplanning)
Rika Nieuwoudt	BCom (Bestuursrekeningkunde)
Roelien Botha	Hoër Sertifikaat in Rekeningkunde

Akademia se akademiese personeel bestaan verder uit 20 voltydse en 7 deeltydse dosente. Figuur 2.7 dui die geslagsverdeling volgens aanstellingstipe aan.



Figuur 2.7: Geslagsverdeling van akademiese personeel volgens aanstellingstipe



Figuur 2.8: Organogram van Akademia
(Akademia Registrateursafdeling, 2020)

2.4.7 Bemarking van Akademia

Bemarking by Akademia steun sterk op drie bene: die eerste is studentewerwing, die tweede is kommunikasie en die derde is projekte. Daar word van studentewerwers gebruik gemaak om aan beide skoolverlaters en werkendes in die verskillende streke te bemark – een studentewerwer in die Wes-Kaap, een in die Oos-Kaap, een in Bloemfontein, een in Windhoek en drie in Gauteng, waarvan een ook Limpopo, Mpumalanga en KwaZulu-Natal bedien. Hierdie sewe studentewerwers rapporteer aan die Bestuurder: Studentewerwing, wat in Gauteng gesetel is, en die hele studentewerwingspan vorm deel van die bemarkingspan wat onder die Bestuurder: Operasioneel val totdat die posisie vir Bestuurder: Bemarking gevul is. Die studentewerwers staan ook bekend as studenteadviseurs. Hierdie term word in die vraelys gebruik.

Werwingsaktiwiteite wat op skoolverlaters gefokus is, sluit in: persoonlike skoolbesoeke deur die studentewerwers en deelname aan loopbaanskoue soos Perfect Life, X2Y en *Cape Careers Exhibitors Association* (CCEA). As gevolg van die aard van Akademia se verspreide model, word daar jaarliks verskeie inligtingssessies gehou, waar voornemende studente Akademia se model eerstehands kan ervaar. Tydens hierdie sessies word inligting vanuit die ateljee gedeel. Voornemende studente woon die inligtingssessies in die onderskeie studiesentrums by waar die studentewerwers gereed staan om hulle te ontmoet en van hulp te wees met enige vrae wat nie tydens die sessie beantwoord is nie. Meer onlangs het Akademia ook begin met sentrumopedae wat by twee sentrums gelyktydig aangebied word. Studente kry steeds die klaservaring met 'n aanbieding uit die ateljee, maar waar 'n span dosente en huidige studente ook by elke sentrum beskikbaar is om persoonlik raad te gee en vrae te beantwoord. Hierdie sentrumopedae is al in Centurion en George in 2019 en Bloemfontein en die Moot in 2020 aangebied.

Verder is Akademia betrokke by sekere uitstalgeleenthede in die vorm van stalletjies (NAMPO en Kragdag) en ook as borge (Virsekerbeker en #netMatrieks-bootreis). Omdat Akademia deel van die Solidariteit-beweging is, vind baie bemarking vir Akademia ook plaas deur die beweging se instellings en kommunikasieplatforms, waarvan *Miernes* een so 'n platform is. Vir die werkende mark bou die studentewerwers ook netwerke met besighede in hulle areas deur persoonlik met die besighede te skakel en betrokke te raak by sakekamers in hulle omgewing, sodat die

motivering vir verdere studies ook vanaf die werkgewers by hulle werknemers aangewakker kan word.

Ten opsigte van kommunikasie het Akademia 'n sterk teenwoordigheid op sosiale media met 'n profiel op Facebook, Instagram, YouTube, LinkedIn en Twitter. Die webwerf is volledig en word op datum gehou met die jongste inligting, terwyl daar ook 'n opsie is om per WhatsApp met 'n studentewerwer via die webwerf te skakel. Verder is daar 'n maandelikse eksterne nuusbrieff wat uitgestuur word, en daar word gereeld van Akademia op radio gehoor deur middel van advertensies of in radiogesprekke. Koerant- en tydskrifadvertensies word tot 'n mindere mate gebruik, maar daar is wel geleenthede soos 'n advertensie in die Matriekuitslae-bylaag van plaaslike koerante en gereelde artikels en advertensies in *Finesse*-tydskrif. Daar is ook gereelde advertensies in Solidariteit se tydskrif.

Laastens word brosjures ook deur studentewerwers tydens skoolbesoeke en by enige van die ander blootstellingsgeleenthede uitgedeel. Hierdie is dus die spektrum van inligtingsbronne wat deur die vraelys geëvalueer is.

2.5 Slotperspektief

Hierdie hoofstuk het ten doel gehad om die konteks waarin die studie plaasvind, aan die leser te skets. Daar is eerstens bevind dat die vinnige groei van privaat HO oor die afgelope 10 jaar 'n globale verskynsel was, moontlik as gevolg van ooreenstemmende faktore – 'n ooraanvraag in die mark na HO en 'n gebrek aan finansiële ondersteuning deur regerings om hierdie aanvraag met openbare HO te ondervang. Hoewel daar 'n handjievol lande is wat nog nie statistiek het oor privaat HO in hul lande nie, is privaat HO 'n algemene verskynsel in die meeste van die lande wat deur PROPHE (PROPHE, 2020) ondersoek is. Dit blyk dat gehalteversekering in privaat HO wêreldwyd 'n kwessie is. Nadere ondersoek is ingestel na sekere wetgewing en beleide deur die regering in Suid-Afrika wat nie net die HO-landskap vir openbare instellings gevorm het nie, maar veral vir privaat instellings 'n regulatoriese omgewing skep waarbinne registrasie en akkreditasie plaasvind. Tendense soos groot instellings wat op die Johannesburgse Aandelebeurs noteer en kleiner instellings bekom, is ondersoek. Die belangrikheid van afstand- en hibriede onderrig in HO, en veral deur privaat verskaffers wat hierdeur geleenthede bied vir volwasse studente, word ondersteun deur die DHOO en verskeie outeurs.

Teen die agtergrond van die algehele klimaat van privaat HO in Suid-Afrika, is Akademia voorgestel as die instelling wat verskillende faktore wat studente motiveer om by 'n Afrikaanse privaat HOI te studeer, ondervang. Die beginsels waarop Akademia as gemeenskapsinstelling funksioneer is bespreek met 'n fokus op die toeganklikheid van gehalte HO in Afrikaans. Die onderrigleermodel waarvan Akademia gebruik maak, is verduidelik. Die studenteprofiel van Akademia is geskets om die raamwerk te vorm waarin die steekproef vir die studie sal plaasvind, en 'n breë aanduiding van die bestuur en beheer van Akademia is gegee. Laastens is daar 'n uiteensetting gegee van die bemarking van Akademia met verwysing na die inligtingsbronne waarvan gebruik gemaak word en die aktiwiteite wat aangepak word. Dit bied aan die leser 'n agtergrond vir die ondersoek na studente se inligtingsbronne wat in hoofstuk 4, 5 en 6 van hierdie studie weer bespreek word.

In die konteks van privaat HO, beide globaal en nasionaal, en die plek van Akademia daarin, word die literatuurstudie oor motiveringsfaktore en inligtingsbronne van studente, in die volgende hoofstuk onderneem.

Hoofstuk 3

Bemarking en die besluitnemingsproses

3.1 Inleiding

In hierdie hoofstuk word aangedui watter literatuur reeds beskikbaar is oor die keusefaktore en besluitnemingsprosesse van studente – spesifiek studente in Suid-Afrika, dié aan privaat HOI's en waar moontlik, dié aan Afrikaanse privaat HOI's. Die literatuur wat onder oë geneem is, dien as agtergrond waarteen die studie onder huidige studente van Akademia plaasgevind het, ten einde die resultate van die studie met die bevindinge van die literatuurstudie te vergelyk. Soos in hoofstuk 1 aangevoer, is daar gebrekkige navorsing oor studentekeuse in Suid-Afrika. Geen vorige navorsing is gedoen oor studente se besluitnemingsproses in die keuse van 'n Afrikaanse privaat HOI nie. Die keusefaktore van volwasse studente in Suid-Afrika is ook nog nie ondersoek nie. Hierdie studie poog om hierdie leemtes te vul.

Die hoofstuk stel ondersoek in na die plek van bemarking in hoër onderwys. Verder is daar 'n fokus op Kotler en Fox se 7P's (Kotler & Fox, 1995:8) van bemarking as die bemarkingsmengsel waarop keusefaktore geskoei word. Studentekeuse word bespreek aan die hand van Kotler se vyffase-verbruikersbesluitnemingsproses, terwyl insigte oor verskillende keusefaktore verkry is vanuit bestaande internasionale en nasionale literatuur oor die onderwerp. Die inligtingsbronne wat 'n rol speel in die besluitnemingsproses maak ook deel uit van die bespreking oor promosie as keusefaktor, voordat 'n slotperspektief vanuit die literatuur wat ondersoek is, gebied word. Omdat die studie plaasvind in die bemarkingsfunksie van HO wat direk verband hou met studente se werwing en keuse van 'n HOI, word daar eerstens ondersoek ingestel na die plek van bemarking in hoër onderwys.

3.2 Die aard van bemarking

Bemarking is, in die eenvoudigste vorm, 'n ruiltransaksie tussen twee partye (Jones, 2002:13). Dit behels die analise, beplanning, implementering en beheer van ontwikkelde programme wat ontwerp is om vrywillige ruiltransaksies met teikenmarkte te bewerkstelling om institusionele doelwitte te bereik (Kotler & Fox, 1995:6). Die proses begin met die identifisering van verbruikersgroepe, dan volg die vasstel van hulle behoeftes en begeertes, 'n passing van wat die onderneming bied met dit wat die

verbruiker wil hê, en dan die effektiewe kommunikasie en verkoop hiervan aan die verbruiker (Wiese, 2008:74).

’n Meer onlangse ontwikkeling in bemarking is verhoudingsbemarking, wat fokus op die aktiwiteite wat nodig is om winsgewende verhoudings met interne en eksterne kliënte te identifiseer, te vestig, te handhaaf en uit te brei sodat die doelwitte van alle betrokke partye bereik word (Jones, 2002:15). Voorbeelde hiervan in die praktyk is lojaliteitsprogramme wat die verbruiker se koopgedrag monitor en daarvolgens afslag toestaan en persoonlike boodskappe soos e-posse en SMS’e van gelukwensing op kliënte se verjaarsdae. Hierdeur poog sakeondernemings nie net om lojale kliënte te “beloon” sodat hulle sal aanhou om die onderneming te ondersteun nie, maar ook dat die kliënte hulle positiewe ervarings met ander sal deel en sodoende meer kliënte sal werf.

Wanneer die verskille tussen potensiële kliënte geïgnoreer word en die hele mark as ’n teiken gesien word, word massabemarking toegepas (Lewison & Hawes, 2007:16). Dit is egter nie ’n effektiewe manier om die teikenmark te bereik nie omdat verbruikers se behoeftes uniek is en massabemarking nie sal kan kersvashou by mededingers se geteikende bemarkingstrategieë nie (Lewison & Hawes, 2007:17). Jones (2002:3) stel voor dat ’n verhouding met spesifieke kliënte gebou word deur dialoog, empatie en kommunikasie. Vir geteikende bemarking word daar op segmente van die mark gefokus deur geteikende kommunikasie aan die verskillende segmente (Lewison & Hawes, 2007:16). Die vraag ontstaan nou hoe hierdie besigheidsbeginsels van bemarking en kliënte met die HO-omgewing kan versoen.

3.2.1 Die bemarking van HO

So ver terug as 1958 ondersoek navorsers hoe bemarkingsbeginsels soos produk differensiasie, marksegmentering, promosies en produkposisionering HO raak (Absher & Crawford, 1996:60). Hoewel bemarkingstrategieë vir HO relatief beperk is, is ’n rigiede bemarkingstrategie in enige industrie tans nie aan te bevele nie as gevolg van die talle invloede op en veranderende omgewing waarin ondernemings en ander organisasies funksioneer (Gordon, 2016:47). Bemarking in HO word grootliks misverstaan omdat die konsep vanuit die besigheidswêreld ontwikkel het en dus baie teenstand gekry het in die proses om as ’n sleutel-bestuursaspek en strategie van hoër onderwys gevestig te word (Maringe & Mourad, 2012:2).

Die fundamentele idee van bemaking in HO is dat studente dié HOI sal kies wat aan hulle akademiese, sosiale en finansiële behoeftes voldoen (Absher & Crawford, 1996:60). Kwong (2000:89) dui aan dat “marketization” in HO plaasvind deurdat HOI’s vryemarkbeginsels aanneem soos om “produksiekoste” te besnoei, slegs programme wat in aanvraag is aan te bied en produkte te adverteer ten einde “verkope” te verhoog en winsmarges te verbeter.

Hoewel hierdie gebruike die norm is vir winsgewende instellings, is daar ook nuwingsgewende HOI’s wat moet meeding met ander HOI’s om voldoende studentegetalle te bekom om sodoende hulle bedryfskoste te kan dek (Kwong, 2000:89) en vir wie korttermyn winsgewendheid nie die doel is nie (Lewison & Hawes, 2007:15). Volgens Wiese (2008:6) het nuwingsgewende HOI’s veral die lewering van gehalte onderwys en opleiding ten doel. Wanneer mededingende HOI’s daarna streef om beter te wees sodat hulle hul marktaandeel kan behou, word die algehele gehalte van hoër onderwys ook verbeter (Al-Fattal, 2010; Kwong, 2000). Studente trek voordeel uit beter en meer relevante opleiding wat deur privaat mededingende HOI’s aangebied word, aangesien hierdie instellings finansiële verantwoordbaar aan die publiek is en dit lei tot beter effektiwiteit (Kwong, 2000:88). Maniere hoe instellings verbeter as gevolg van mededinging is deur die aanstel van beter akademiese, deur gevorderde tegnologiese studiehulpmiddels te bied, en deur beter studentefasiliteite (Eckel, 2007:78).

Studiefooie is egter nodig vir die voortbestaan van beide winsgewende en nuwingsgewende HOI’s, en een manier om dit te verseker is die werwing van en om studente te behou (Wright, 2014:88). Om studente te kan werf, moet die HOI ’n aanbod hê wat geposisioneer is om studente te lok, en daarom is dit noodsaaklik om die teikenmark te verstaan en reg te teiken (Jones, 2002; Wright, 2014). Wat verder belangrik is in die bemaking van HOI’s, is dat alle afdelings moet saamwerk om dit te bewerkstellig, en dat die volle verantwoordelikheid nie net by die bemakingsafdeling moet rus nie (Jones, 2002:17). Daar is ’n fyn balans om onder hierdie mededingende omstandighede te handhaaf. Hoë studiefooie moenie minderbevoorregte studente weerhou van HO nie; die tyd wat spandeer word aan die bemaking van ’n HOI moenie dosente se tyd en aandag van onderrig af wegneem nie; en die bemaking van HOI’s moenie ten koste van die kliënt wees nie (Kwong, 2000:92). Vir HO moet die fokus op die aanbod van uitstekende programme wees wat toeganklik is vir almal wat behoefte

daaraan het en wat aan die vereistes van die student, die werksplek en die gemeenskap voldoen, en wat op 'n regverdige en etiese manier aangebied word (Maringe & Mourad, 2012:4).

Bemarking van HOI's is gefokus op waardeskepping vir belanghebbendes, wat voornemende studente, huidige studente, alumni en werkgewers van afgestudeerde studente insluit (Lewison & Hawes, 2007:15). Dolnicar en Lazarevski (2009:279) beveel vir nuwingsgewende organisasies 'n verbruikersgesentreerde benadering aan wat in ag neem dat:

- bemarkingsnavorsing nodig is om die verbruiker te verstaan;
- die mark uit kleiner segmente bestaan wat gebruik kan word vir geteikende veldtogte;
- 'n meer omvattende bemarkingsveldtog nodig is wat meer behels as net promosie of kommunikasie; en dat
- die verbruiker nie verander kan word om by die aanbod te pas nie.

Wanneer 'n HOI bemarkingsbeginsels en -praktyke effektief wil implementeer is die eerste fokuspunt gewoonlik studentewerwing, aangesien die aansoekendense dikwels die vroegste en akkuraatste aanduiding van 'n instelling se huidige en potensiële toekomstige finansiële welstand is (Gyure & Arnold, 2001:36). Studentewerwing word gesien as die begin van 'n student se verhouding met 'n instelling – 'n verhouding wat duur vir die totale tydperk van die student se studies. Die fokus moet dus nie soseer wees op die werwing van nuwe studente nie, maar op die werwing van toekomstige alumni (Gyure & Arnold, 2001; Vander Schee, 2010). Om dit te bewerkstellig moet die fokus van bemarking nie wees om iets verkoop te kry nie, maar om 'n verhouding en lojaliteit te bou (Gyure & Arnold, 2001:39). Volgens Beneke en Human (2010:436) fokus HOI's in Suid-Afrika op 'n vorm van verhoudingsbemarking deur sterk bande met alumni te bou in die hoop dat dit nuwe potensiële studente sal lok en fondse na die instellings sal kanaliseer deur donasies.

HO word geklassifiseer as 'n diens – nie 'n produk nie – as gevolg van die ontasbaarheid, heterogeniteit en verganklikheid daarvan (Kotler & Fox, 1995; Wiese, 2008). Dienste is ook onskeibaar in die sin dat die diens geskep en gelewer word op dieselfde tyd, waar die dosent byvoorbeeld 'n klas aanbied en leer by die student

plaasvind. Diensindustrieë word anders bemark as produkte en moet unieke uitdagings die hoof bied. In hierdie perspektief word die student as 'n verbruiker van die diens beskou. Veral in klein HOI's met minder as 1500 nuwe studente per jaar, word die bemarkingsbelofte dikwels gemaak dat die student nie net 'n nommer is nie. Dit is dikwels egter juis in hierdie instellings waar daar min personeel is wat onder groot druk hoë registrasiegetalle moet hanteer dat studente in werklikheid nie altyd die beloofde persoonlike diens ervaar nie (Vander Schee, 2010:136).

Bay en Daniel (2001:7) en Saunders (2015:24) argumenteer dat die student nie 'n verbruiker is nie, maar eerder 'n vennoot. Hulle beklemtoon die belangrikheid van 'n verhouding met voornemende studente omdat studente medeskeppers is van die waarde wat hulle ontvang, en ook waarde toevoeg tot die gemeenskap waarin hulle studeer. Na aanleiding hiervan doen Koris, Örtenblad, Kerem en Ojala (2015) navorsing in Estland om te bepaal wat studente se verwagtinge, behoeftes en begeertes (met ander woorde hulle verbruikersgedrag) is. Oor die algemeen verwag studente om as verbruikers hanteer te word wat diensaspekte betref, maar nie soseer wat akademiese aangeleenthede betref nie (Koris et al., 2015:41). Op grond hiervan word verbruikersbenaderings ten opsigte van bemarkingskommunikasie en werwing steeds as basis vir hierdie studie gebruik.

Vir dekades was die bemarking van HOI's in Suid-Afrika nie 'n hoë prioriteit nie, aangesien 'n gereguleerde omgewing met gewaarborgde subsidies, en sodoende studente, die openbare instellings se voortbestaan verseker het (Beneke & Human, 2010; Bonnema & Van der Walddt, 2008). Nogtans het Bruwer (1996:125) meer as 20 jaar gelede reeds bevind dat 47% van die studente in die nuwe demokratiese Suid-Afrika by meer as een HOI aansoek gedoen het. Mededinging het veral ontstaan vanuit die Nasionale Plan vir Hoër Onderwys wat die hoëronderwyslandskap in Suid-Afrika herstruktureer het (Jones, 2002:2), en is verder versterk deur die opkoms van 'n groeiende getal privaat HOI's. As gevolg hiervan het HOI's bemarkingskommunikasiestrategieë nodig om die verlangde studenteprofiel te lok volgens elke instelling se eiesoortige missie (Bonnema & Van der Walddt, 2008:315). Die implementering van die Nasionale Kwalifikasieraamwerk en die daaropvolgende Hoër Onderwys Kwalifikasie Subraamwerk, skep groot geleenthede ten opsigte van die standaardisering van kwalifikasies. Dit beteken ook dat studente meer beweeglik is en deur oorbruggingsprogramme en verlengde graadprogramme makliker toegang

tot onderwys en opleiding kan verkry, wat weer groter mededinging tussen HOI's tot gevolg het. Wiese (2008:1) wys daarop dat HOI's dus kreatief en innoverend moet wees om in 'n mededingende omgewing te oorleef.

Die HO-mark in Suid-Afrika bestaan uit diverse groepe studente en dit is vir elke instelling nodig om hierdie verskille te verstaan ten einde optimaal te kan kommunikeer met die gekose teikenmark (Bonnema & Van der Walddt, 2008:315). Hiervoor moet HOI's weet wie hulle teikenmark is, en op die regte tyd aan hulle bemark om 'n mededingende voordeel te behou.

Veral met beperkte finansiële hulpbronne is dit nodig dat HOI's 'n volledige ontleding doen ten einde hulle potensiële mark beter te verstaan en fondse meer effektief aan te wend in bemarking (Beneke & Human, 2010:436). HOI's ding mee vir die beste studente terwyl aansoekers vir die mees gesogte instellings meeding, maar geen instelling kan uitstekend op alle vlakke wees nie en ook nie in al die behoeftes van elke aansoeker voorsien nie (Maringe, 2006:469). Vir hierdie rede stel Maringe (2006:469) voor dat instellings fokus op hulle sterkpunte en hulself posisioneer ten opsigte van dit wat hulle onderskei van die res, met ander woorde beklemtoon waarin hulle uitstekend is. Mededingende voordeel kan verkry word deur 'n positiewe beeld aan voornemende studente te kommunikeer, deur middel van 'n verskeidenheid van inligtingsbronne soos webwerf, opedae, brosjures, sosiale media en advertensies deur tradisionele media (tydskrifte, koerante, radio en televisie).

In 'n era van geïntegreerde bemarkingskommunikasie sal die instelling baat daarby om alle kommunikasiekanale te koördineer sodat 'n duidelike, konsekwente en fassinerende boodskap uitgedra word (Jones, 2002:45). Dit vereis nie net 'n duidelike eksterne kommunikasiestrategie nie, maar ook 'n duidelike interne strategie sodat alle personeel in alle afdelings duidelikheid het oor die HOI se bemarkingstrategie en beloftes aan studente (Jones, 2002:45).

'n Studie deur Storm (2001:118) oor die bemarkingstrategieë van openbare en privaat HOI's in Suid-Afrika het bevind dat bemarkingsbestuurders staatmaak op hulle "gevoel" wanneer dit kom by markneigings en die beplanning van bemarkingsaktiwiteite. Die resultate van die studie toon dat instellings dikwels op ervaring staatmaak met betrekking tot strategie en beplanning en nie soseer gestruktureerde, gedetailleerde planne het wat oor die korttermyn hulle aksies en

besluite rig nie (Storm, 2001:118). Beneke en Human (2010:436) bevestig dat baie min instellings 'n omvattende, institusioneel-wye, gekoördineerde bemarkingsprogram het en dat bemarking oor die algemeen op ad hoc-basis uitgevoer word. Storm (2001:118-120) se studie het egter getoon dat privaat instellings meer geneig is om 'n bemarkingsplan te hê; hulle mededingers beter ken; demografiese en sosio-ekonomiese faktore van die teikenmark meer dikwels in ag neem; meer gefokus is om te reageer op die behoeftes van die teikenmark en bemarkingsdoelwitte beter definieer. Privaat instellings het dus 'n meer konkrete benadering tot bemarking, moontlik omdat hulle nie die rugsteun van regeringsfondse het nie en meer afhanklik is van studentegetalle vir hul voortbestaan.

Wanneer daar gekyk word na die optimale bemarkingstrategie vir 'n HOI is daar verskillende voorstelle ten opsigte van die optimale bemarkingsmengsel. Vervolgens word een so 'n voorstel bespreek.

3.2.2 Die bemarkingsmengsel: Kotler en Fox se 7P's van bemarking

Die bemarkingsmengsel is 'n bemarkingstrategiemodel met 'n stel beheerbare elemente wat 'n instelling kan gebruik om die aard van hulle aanbod aan verbruikers te vorm (Ivy, 2008:289). Hierdie model veronderstel dat 'n bemarkingstrategie bestaan uit hulpmiddels en tegnieke (elemente) wat in verskillende afdelings geklassifiseer kan word, en volgens Kotler en Fox (1995:8) uiteengesit word as die 7P's: program of produk, prys, plek, promosie, proses, fisiese fasiliteite (*physical facilities*) en mense (*people*). Hoewel ander outeurs ander aspekte voorstel soos "prospektus" en "prominensie", behels dit oor die algemeen dieselfde elemente wat anders gegroepeer word (Al-Fattal, 2010:21). Kotler en Fox (1995:8) se 7P's word dus gebruik as basis vir hierdie studie, aangesien dit die elemente van die ander modelle insluit en ook meer bekend is in die literatuur. Vervolgens word 'n visuele voorstelling van die 7P's bemarkingsmengsel verskaf, waarna elke element kortliks bespreek word ten einde die toepassing daarvan op studente se keusefaktore te verduidelik.

Program of produk	Prys	Plek	Promosies	Proses	Fisiese fasiliteite (physical facilities)	Mense (people)
<ul style="list-style-type: none"> • Programaanbod • Gehalte van onderrig • Werksgeleenthede • Akademiese ondersteuning • Internasionale akademiese bande • Onderrigtaal • Toelatingsvereistes • Reputasie • Besikbare studierigtings 	<ul style="list-style-type: none"> • Studiekoste • Geleentheidskoste • Psigologiese koste • Waarde vir geld • Beurse • Befondsingsopsies 	<ul style="list-style-type: none"> • Ligging • Uitleg van kampus • Toeganklikheid • Afleweringmetodes • Klasrooster • Veiligheid en sekuriteit 	<ul style="list-style-type: none"> • Advertensies • Verkoopspromosies • Openbare betrekkinge • Persoonlike verkope 	<ul style="list-style-type: none"> • Navrae • Aansoeke • Registrasie • Assessering • Eksaminering • Finansies • Leer- en sosiale aktiwiteite 	<ul style="list-style-type: none"> • Korporatiewe identiteit • Infrastruktuur • Tipes fasiliteite • Voorkoms van fasiliteite • Tegnologie 	<ul style="list-style-type: none"> • Akademiese personeel • Administratiewe personeel • Bemerkingspersoneel • Huidige studente • Alumni • Waardes en kultuur • Persoonlike kennis – familie, onderwysers, vriende, kollegas

Figuur 3.1: 'n Visuele voorstelling van Kotler en Fox se 7 P's van bemarking

3.2.2.1 Program of produk

Tradisioneel verwys “produk” na die fisiese item, diens, idee, persoon of plek wat tasbare of ontasbare voordele aan die verbruiker bied (Jones, 2002:22). Omdat HO egter as 'n diens gesien word, word daar dikwels eerder na “program” as “produk” verwys. Die aard en gehalte van die programme wat 'n instelling aanbied, bepaal die instelling se identiteit (Filip, 2012:915) en daarom is die akademiese programaanbod een van die mees basiese besluite wat 'n HOI moet neem (Kotler & Fox, 1995:277).

Die ontwerp van die programme volgens die studente se behoeftes is sentraal tot hierdie element van die bemarkingsmengsel (Ivy, 2008:289). Voldoende inligting oor die verskillende kwalifikasies, die gehalte van die onderrig, die werksgeleenthede na afloop van graduering, akademiese ondersteuning wat gebied word en internasionale akademiese bande moet tydens bemarking gekommunikeer word (Gordon, 2016:127).

Die uitdagings van die bemarking van HOI's sluit in dat programme nie 'n tasbare produk is wat getoets kan word voor die verbruiker dit aankoop nie, maar dit is 'n ervaringsdiens waarvan die eienskappe eers ervaar kan word tydens die aankoop- en verbruiksproses (Kotler & Fox, 1995:278). Om die produk meer tasbaar vir die verbruiker te maak, word dikwels aandag aan die “verpakking” gegee, byvoorbeeld gratis toegang tot die internet, en afslag op studiemateriaal, fisiese leermateriaal, uitdeelstukke en handboeke (Al-Fattal, 2010:23).

3.2.2.2 Prys

Die tweede element van die bemarkingsmengsel het te make met die studiekoste en ander finansiële elemente. Dit hou ook verband met koste soos geleentheidskoste en psigologiese koste wat 'n rol speel in studente se oorweging van 'n HOI (Samani et al., 2017:51). Volgens Kotler en Fox (1995:313) is die prys dikwels die rede waarom studente by 'n hele paar instellings aansoek doen; hulle wil die kwotasies van die instellings kan vergelyk om die beste finansiële besluit oor hul studies te neem.

Prys beïnvloed die persepsie van die verbruiker, aangesien hoër pryse dikwels gesien word as 'n aanduiding van beter gehalte (Kotler & Fox, 1995; Ivy, 2008; Jones, 2002). Dit beteken egter nie dat onredelike hoë studiefiole gehef kan word nie. Die fokus moet op “waarde vir geld” wees (Kotler & Fox, 1995:314).

Prys het 'n groot invloed op die bemarkingstrategie aangesien beide studente en hulle ouers besorg is oor die finansiële implikasies van studies (Soedijati & Pratminingsih, 2011:3). Die werwingsproses is ook in werklikheid 'n proses, waar die instelling die beste studente moet vind wat waarde uit die instelling se aanbiedinge sal put, maar wat ook sal bydra tot die HOI se inkomstebehoefte vir voortbestaan (Kotler & Fox, 1995:315). Instellings kan voornemende studente en hulle ouers tegemoetkom oor finansiële aspekte deur inligting oor beurse en befondsingsopsies beskikbaar te maak (Gordon, 2016:129). Ander bemarkingstrategieë behels ook afslag en beurse aan toppresterders en behoeftige studente (Jones, 2002; Wiese, 2008), of om die tydperk waarin 'n studierigting voltooi word te verkort (Kotler & Fox, 1995:317). Dit is belangrik dat die HOI die totale koste van studies vir die student in ag neem, en die eise wat dit stel help bestuur (Kotler & Fox, 1995:326).

3.2.2.3 Plek

Volgens Kotler en Fox (1995:330) begin “plek” met die vraag: Hoe kan ons ons programme en dienste beskikbaar en toeganklik maak vir ons teikenmark? “Plek” verwys na waar die diens gelewer word, en hou verband met die beskikbaarheid en toeganklikheid van onderwys en opleiding ten opsigte van tyd en geografiese verspreiding (Samani et al., 2017:51). Dit is nie beperk tot die verspreiding van 'n instelling se fisiese fasiliteite nie, maar behels ook die rol van inligtingstechnologie (Al-Fattal, 2010; Soedijati & Pratminingsih, 2011). Jones (2002:28) sluit

afleringsmetodes, ligging (van instelling of fisiese geboue), klasrooster en onderrigstyle in by “plek”.

“Plek” omvat ook die gerief van ’n instelling se fisiese kampus, die uitleg daarvan en die toeganklikheid vir studente tot al die basiese fasiliteite wat hulle nodig mag hê (Sia, 2013:12). Met rekenaartegnologie wat meer geredelik beskikbaar is, maak baie HOI’s gebruik van inligtingstechnologie om beide hulle huidige studente te bedien en nuwe studente te lok (Al-Fattal, 2010; Ivy, 2008). Gordon (2016:128) beveel aan dat hibriede vorms van onderrig wat aan studente die geleentheid bied om te kan werk terwyl hulle studeer, of vanuit die veiligheid van hul eie huis te kan studeer, meer aandag moet geniet. Die aspekte van die afleringsmetode wat oorweeg moet word is: ligging, insluitend toeganklikheid, atmosfeer en fasiliteite; roosters wat ingerig is volgens die teikenmark se behoeftes; en tegnologie, sowel as tradisionele onderrigvorme (Kotler & Fox, 1995:335).

Wanneer daar strategies gedink word oor die gerief en toeganklikheid vir studente ten opsigte van plek, is een van die strategieë om verskillende teikenmarksegmente deur verskillende diensleeringsmetodes te bedien, byvoorbeeld voltydse kontakonderrig op kampus vir skoolverlaters, na-uurse afstandsonderrig vir werkende volwassenes in hoofsentra en e-leer vir studente in afgeleë plekke.

3.2.2.4 Promosie

HOI’s se vermoë om met hulle teikenmark te kommunikeer kan die sukses van die bemerkingsmengsel laat misluk of laat suksesvol wees en vereis deurlopende ontleding, beplanning en bestuur. Wanneer die instelling se programme en dienste goed ontwikkel is en aantreklike pryse aanbied, en die afleringsmetodes daarvan in ooreenstemming is met die teikenmark se behoeftes, moet die doelwitte, aktiwiteite en aanbod van die instelling aan die teikenmark gekommunikeer word sodat hulle belangstelling in die HOI kan ontwikkel (Kotler & Fox, 1995:350). Promosie bestaan uit elemente soos advertensies, verkoopspromosie, openbare betrekkinge en persoonlike verkope (Kotler & Fox, 1995:351). Vervat in elke element is daar verskeie hulpmiddels wat ’n instelling kan gebruik om met hulle verbruikers te kommunikeer, soos direkte e-pos, loopbaanskou-uitstallings, opedae, konferensies, webwerwe en sosiale media.

Bemarkingsinligting oor die verbruiker moet ook ingesamel word sodat kommunikasiekanale op potensiële verbruikers gerig kan wees en op hulle gevestig kan word (Jones, 2002:28), want promosie-aktiwiteite en kommunikasieboodskappe is meer effektief wanneer hulle op potensiële verbruikers gerig is (Al-Fattal, 2010; Ivy, 2008). Effektiewe kommunikasie vereis dat die ontvanger die boodskap ontvang soos wat die sender dit bedoel het, en daarom is terugvoer van die ontvanger nodig vir die sender om te kan bepaal of hierdie doelwit bereik is (Kotler & Fox, 1995:351). Terugvoer kan aandui of die ontvanger se houding oor die instelling verander het, of aksie tot gevolg gehad het soos aansoeke of donasies (Kotler & Fox, 1995:352).

Omdat dit moeilik is om die ontasbare elemente van 'n HOI te kommunikeer, kan daar gefokus word op die tasbare elemente soos geboue, sportfasiliteite en vriendelike personeel as verteenwoordigend van die HOI (Ivy, 2008:291). Vir effektiewe kommunikasie wys Gordon (2016:128) op die noodsaaklikheid van webwerwe met relevante inligting oor die aspekte wat vir voornemende studente belangrik is in hulle besluitnemingsproses. Dit is belangrik dat die bemarkingskommunikasie beplan en gekoördineer moet word om die regte boodskap deur die regte kanaal aan die regte teikenmark te kommunikeer (Kotler & Fox, 1995:383).

3.2.2.5 Proseses

Prosesse is die bestuur van alle prosedures in die instelling, onder andere aansoeke, registrasies, assessering en eksaminering, en finansies (Samani et al., 2017:51). Ng en Forbes (2009:48) sluit ook leer- en sosiale aktiwiteite hierby in. Hoewel prosesse as sodanig nie vir voornemende verbruikers van groot belang is nie, is dit van kritieke belang vir instellings met hoë kontak met die verbruiker, soos HOI's (Palmer, 2001:13). Daarom moet daar deeglik oor prosesse besin word om te verseker dat die nodige gehaltebeheer toegepas word sodat verbruikers vertroue kan hê in die konsekwentheid van dienste wat gelewer word (Ivy, 2008). Gehaltebeheer moet dus ingebou word in die HOI se prosesse, wat in Suid-Afrika op nasionale vlak deur die Hoër Onderwys Gehaltekomitee (HOGK) ge-oudit word (Jones, 2002:31).

Vir die bemarkingsafdeling is dit veral die proses wat studente moet volg vir navrae en aansoeke belangrik. Kotler en Fox (1995: 35) stel voor dat die instelling die proses vanuit die verbruiker se oogpunt sien en ervaar, sodat behoeftes en vrese hiervolgens ondervang kan word. Voornemende studente se ervaring van hierdie prosesse ten

opsigte van die gerief om die proses af te handel, die effektiwiteit waarmee dit hanteer word en die werklike ervaring teenoor die verwagte ervaring, kan 'n groot rol speel in die student se finale keuse van HOI.

3.2.2.6 Fisiese fasiliteite (*Physical facilities*)

Hierby word al die fisiese, tasbare elemente wat 'n instelling beskikbaar maak aan verbruikers, van brosjures tot infrastruktuur, ingesluit (Filip, 2012; Jones, 2002). In die beplanning hiervan moet bepaal word hoe die fisiese fasiliteite die beoogde onderrigleeraktiwiteite gaan ondersteun (Kotler & Fox, 1995: 342). Bemerkers moet saam met argitekte en ontwerpers werk om aantreklike en effektief-funksionerende fasiliteite te ontwikkel (Al-Fattal, 2010:29). Die samewerking met grafiese ontwerpers in die ontwerp van die HOI se korporatiewe identiteit is belangrik. Spesiaal-ontwerpte kleur en logo wat verbruikers herinner aan 'n spesifieke instelling is ter sprake. Verder moet die behoeftes van die teikenmark met betrekking tot fasiliteite in gedagte gehou word – sekere groepe sal 'n behoefte hê aan sport- en kultuurfasiliteite, terwyl ander markte beïndruk sal wees met die biblioteek, studielokale en genoegsame parkering (Kotler & Fox, 1995:343).

Fisiese fasiliteite is dikwels deel van die eerste indruk wat potensiële verbruikers oor 'n instelling vorm. Die toestand van die geboue en fasiliteite dra grootliks by tot die beeld van die instelling, en ook tot die atmosfeer van die instelling wat studente se gedrag en houding kan beïnvloed (Kotler & Fox, 1995:344). Die beskikbaarheid van tegnologie, netheid en dekor van vertrekke en 'n skoon en netjiese kampus vorm deel van die tasbare indruk wat studente vorm van 'n ontasbare diens. Veral in Suid-Afrika is veiligheid en sekuriteit 'n belangrike oorweging vir beide studente en ouers, en HOI's kan die maatreëls wat hiervoor in plek is, gebruik as 'n verkooppunt in hulle bemarkingskommunikasie.

3.2.2.7 Mense (*People*)

Al die akademiese en administratiewe personeel waardeur die diens gelewer word en verbruikersverhoudings gebou word, word ingesluit onder “mense” (Jones, 2002; Soedijati & Pratminingsih, 2011). Selfs huidige en vorige studente word deur Ng en Forbes (2009:48) hierby ingesluit, aangesien hulle sienswyses en verwysings dikwels opgevolg word deur potensiële verbruikers. Kotler en Fox (1995:8) noem ook dat 'n HOI dikwels studente trek as gevolg van 'n reputasie vir goeie onderrig wat verband

hou met die gehalte van dosente aan die instelling. In sekere gevalle is 'n instelling juis bekend vir 'n spesialis of kenner wat by die instelling onderrig gee of navorsing doen, en kan so 'n persoon, eerder as die instelling, die trekpleister vir studente wees (Ivy, 2008).

Hoewel navorsers verskil oor die bydrae wat mense lewer in die bemarkingsmengsel, is die slotsom dat verbruikers kontakpersone se voorkoms, sosiale vaardighede en dienslewering in ag neem wanneer hulle 'n oordeel vel oor die instelling (Al-Fattal, 2010; Jones, 2002). Dit is dus belangrik dat alle personeel van 'n instelling opgelei moet wees in dienslewering en verbruikerstevredenheid, en ook dat personeel gemotiveer word deur markverwante salarisse, respek, erkenning en geleenthede vir ontwikkeling (Kotler & Fox, 1995:23). Gelukkige personeel sal lei tot gelukkige verbruikers. Opleiding en ontwikkeling van "mense" as deel van die bemarkingstrategie is 'n belangrike beginpunt – die sukses van 'n HOI hang af van die houding, toewyding en vaardighede van die totale werksmag, meer as enige ander faktor (Wright, 1999:23). Dit is vir HOI's belangrik om verbruikers eerste te stel, en 'n positiewe verhouding te bou, aangesien mededingers dan moeiliker die verhouding sal kan ontwrig (Al-Fattal, 2010:28).

3.2.2.8 Samevatting

Die 7P's bemarkingsmengsel is 'n moontlike model wat HOI's kan rig na 'n meer strategiese en sistematiese bemarkingsbenadering. 'n Instelling kan die bemarkingsmengsel aanpas volgens die behoeftes van die verbruikers. Effektiewe instellings verstaan die rol en belangrikheid van elke komponent van die bemarkingsmengsel en gebruik die hulpmiddels op 'n geïntegreerde wyse om hulle geselekteerde teikenmarkte te bereik en aan hulle diens te lewer (Kotler & Fox, 1995:8).

Bemarking is meer as advertensies, en vereis 'n begrip van al die faktore wat verbruikers se besluite beïnvloed (Kotler & Fox, 1995:8). Die bemarkingsmengsel fokus op wat die instelling kan doen om meer effektief te bemark, maar kan nie geïsoleer word van die keusefaktore en besluitnemingsproses van die potensiële verbruiker nie (Al-Fattal, 2010:30). 'n Goeie bemarkingstrategie met 'n effektiewe bemarkingsmengsel sal egter die besluitnemingsproses beïnvloed, en daarom is 'n goeie begrip van studente se keusefaktore in die besluitnemingsproses belangrik.

3.3 Studentekeuse en -besluitneming

HOI's ervaar toenemend druk as gevolg van verbruikerskeuses soos studente beter ingelig en meer mobiel word en kan kies tussen 'n reeks potensiële verskaffers, beide plaaslik en internasionaal (Briggs, 2006:707). Briggs (2006:708) se voorstel vir nuwe HOI's is om hulle eie mark te skep deur spesifieke, gefokusde aanbiedings, waarvoor meer inligting oor studentekeuse nodig is. Indien HOI's kan voorspel waar aansoekers vandaan sal kom en watter faktore hulle van waarde ag, kan skaars hulpbronne gefokus word op die bemarkingsareas wat die hoogste opbrengs sal lewer (Briggs, 2006:708).

Al-Fattal (2010:31) verwys na verskeie outeurs wat dit eens is dat die verbruiker die belangrikste element in die sukses van 'n instelling is, en dat 'n instelling moet fokus om aan die verbruikers se behoeftes te voldoen ten einde langtermyn sukses te geniet. Daarom is dit belangrik om verbruikersgedrag te bestudeer en navorsing te doen waarom studente 'n spesifieke instelling kies. 'n Beter begrip van verbruikersgedrag help bemarkers om die mees geskikte teikenmarkte te kies, en beperkte hulpbronne te fokus op waar die meeste potensiële verbruikers is (Maringe, 2006:466). In die hoërsonderwyskonteks word die term “verbruikersgedrag” deur Foskett en Hesketh (1997) vervang met “studentekeuse”. In hierdie studie word daar ondersoek ingestel na die motiveringsfaktore wat studentekeuse beïnvloed. Die proses van besluitneming is 'n komplekse reeks aktiwiteite wat van persoon tot persoon verskil (Băcilă, 2012:534). Hoewel daar verskillende teorieë bestaan oor die patroon wat studente volg in hulle besluitnemingsproses, is die mees algemeen-aanvaarde teorie Kotler se vyffase-verbruikersbesluitnemingsproses (Kotler & Fox, 1995:251). Vervolgens word hierdie proses bespreek.

3.3.1 Kotler se vyffase-verbruikersbesluitnemingsproses

Indien 'n HOI die besluitnemingsproses van studente verstaan, is dit makliker om te sorg dat potensiële studente op die regte tyd en plek van die regte inligting voorsien word (Jones, 2002:69). Ten einde die rol van motiveringsfaktore en inligtingsbronne in die besluitnemingsproses te verstaan, is dit nodig om eers die besluitnemingsproses te ontleed.



Figuur 3.2: 'n Visuele voorstelling van Kotler se vyffase-verbruikersbesluitnemingsproses

3.3.1.1 Behoeft en motief

Die besluitnemingsproses begin gewoonlik met die bewuswording van 'n behoefte, wat die gevolg is van die gaping tussen die huidige en die verlangde toestand van die verbruiker (Al-Fattal, 2010:33). Die verbruiker se behoefte aan HO kan veroorsaak word deur interne of eksterne stimuli, soos dat skoolverlaters besef hulle benodig 'n kwalifikasie om 'n sekere beroep te kan beoefen, of 'n werkende persoon benodig 'n beter kwalifikasie om bevordering te kry. Die behoefte om aan 'n HOI te studeer kan ook met verdrag deur familie, onderwysers, vriende en ander rolspelers in 'n persoon se lewe gestimuleer word, byvoorbeeld skoolverlaters wat gereeld blootgestel word aan loopbaanvoorligting en -skoue. Dit kan egter ook gebeur dat die verbruiker bewus word van 'n behoefte, maar nie iets kan doen om dit te vervul nie as gevolg van 'n gebrek aan finansies, of nie die regte matriekpunte of vakke het om toelating tot HO te verkry nie (Jones, 2002; Wiese, 2008).

Volgens Brown et al. (2009:313) is die motief nie noodwendig die behoefte aan studies *per se* nie, maar om die beste moontlike keuse te maak om sekere ander doelwitte te bereik, soos om finansiële onafhanklik te wees, netwerke uit te bou, of 'n beter werk te kan kry. As gevolg van byvoorbeeld 'n gebrek aan werkseleenthede het studente soms nie 'n ander keuse as om te gaan studeer nie; dus is die werklike behoefte of motief wat die besluitnemingsproses rig dikwels aanvullend tot die basiese behoefte aan HO (Brown et al., 2009:317).

Bemarking maak staat op die mate waartoe die instelling se aanbiedinge fokus op voldoening aan die teikenmark se behoeftes en begeertes (Kotler & Fox, 1995:8). Effektiewe programme kan slegs ontwikkel word wanneer 'n HOI in voeling is met die behoefte van die mark, en dit kan slegs bereik word deur effektiewe kommunikasiekanale met studente (Al-Fattal, 2010:34). Hoewel bemarkers nie 'n behoefte in 'n student kan skep nie, kan hulle behoefte-erkenning aktiveer deur bewusmaking van die verskuilde behoeftes of begeertes wat in die toekoms kan

ontstaan, en hoe die HOI die beste oplossing daarvoor kan bied (Jones, 2002; Wiese, 2008).

Volgens Maringe (2006:468) is studente in hierdie eerste fase van die besluitnemingsproses reeds blootgestel aan inligting oor HOI's en is dit dikwels juis in die vroeë fases van besluitneming dat blywende houdings en sienings oor instellings gevorm word. Studente in Suid-Afrika oorweeg die moontlikheid om te studeer en die instelling waar hulle gaan studeer, reeds van graad 8 af, met 'n duidelike toename in belangstelling vanaf graad 10, terwyl die hoogtepunt van die oorweging in graad 12 bereik word (Beneke & Human, 2010:441). Beneke en Human (2010:441) het bevind dat slegs twee uit vyf Suid-Afrikaanse studente eers in graad 12 moontlike HOI's oorweeg. Daarom is dit belangrik vir HOI's om reeds in vroeë stadiums by skole te bemark om sodoende 'n mededingende voordeel in die verbruiker se denke te vestig.

3.3.1.2 Insameling van inligting

Wanneer voornemende studente hulle behoefte aan studies op HO-vlak erken, of die alternatiewe behoefte of motief wat daarmee saamgaan, begin die soeke na inligting oor hoe aan hierdie behoefte voldoen kan word. Die proses begin gewoonlik deurdat studente inligting oorweeg op grond van hulle eie ervarings en kennis oor alternatiewe instellings wat moontlik die behoefte kan vervul (Palmer, 2001; Jones, 2002). Dit word 'n intrinsieke soektog genoem. Studente weet gewoonlik op hierdie stadium nog te min van moontlike HOI-opsies en sal ander bronne begin raadpleeg, eers in hulle onmiddellike omgewing, en dan ook verder.

'n Eksterne soektog (buite die student se persoonlike ervarings en kennis) sluit bronne in soos: familie, vriende, onderwysers, kollegas, verkoopsverteenwoordigers, massamedia, advertensies, webwerwe, brosjures, opedae en adviseurs. Persoonlike bronne soos familie en vriende word gewoonlik eerste geraadpleeg, en dan aangevul deur niepersoonlike bronne soos brosjures en massamedia (Al-Fattal, 2010; Jones, 2002). Jones (2002:76) wys daarop dat niepersoonlike bronne baie duur kan wees vir HOI's om te gebruik, en daarom is persoonlike beïnvloeding 'n groot rolspeler in die keuse van HOI. Verskillende studies identifiseer verskillende bronne as die invloedrykste in die student se besluitnemingsproses.

Die fokus van studente se inligtingsbehoefte is gewoonlik studierigtings en toelatingsvereistes, reputasie van die HOI, ligging van die HOI en finansiële faktore

(Brown et al., 2009:317). Hoe beter 'n instelling sy teikenmark en hulle inligtingsbehoefte verstaan, hoe beter kan die instelling kommunikeer en bemark deur die nodige inligting in bronne wat die meeste gebruik word, beskikbaar te stel. Fisiese besoeke soos tydens opedae word aangemoedig omdat die student dan geleentheid het om inligting te prosesseer en 'n meer gunstige evaluasie te kan maak (Jones, 2002:76). Verskillende voorkeure vir inligtingsbronne word later in die hoofstuk verder bespreek.

3.3.1.3 Opweeg van alternatiewe

Wanneer moontlike instellings oorweeg word, gebruik studente gewoonlik die versamelde inligting om een of twee opsies te identifiseer wat hulle dan fisies besoek om die tasbare deel van die aanbod te ervaar (Soedijati & Pratminingsih, 2011:4). Ten einde 'n besluit te neem, fokus studente op 'n paar keusefaktore wat hulle help om elke HOI teen hierdie prioriteite en waardes te meet (Wiese, Van Heerden & Jordaan, 2010:152). Dit kan vir sekere studente insluit dat studies in hulle moedertaal aangebied word, terwyl ander studente verkies om eerder in Engels te studeer aangesien hulle dit as 'n voordeel vir die toekoms sien. Elke student se kombinasie van keusefaktore sal uniek wees, en in 'n spesifieke volgorde van belangrikheid gerangskik word (Brown et al., 2009:315).

Terwyl finansiële oorwegings nie werklik 'n groot rol speel tydens die insameling van inligting nie, beweer Brown et al. (2009:319) dat dit wel by die elimineringsproses van HOI's deur studente in aanmerking geneem word. Aan die einde van hierdie proses verwerp die student die HOI's wat nie voldoen aan die verwagte standaard van sy/haar keusefaktore nie, byvoorbeeld die instellings waarvan die studiekoste nie bekostigbaar is nie.

Die bemarkingsmengselmodel (7P's) hou ten nouste verband met hierdie stap, aangesien elke keusefaktor van die student gekategoriseer kan word onder een van die bemarkingsmengsel-elemente. Daarom is dit vir bemarkers so belangrik om te verstaan hoe hulle teikenmark elke keusefaktor sien en evalueer, om heersende tendense onder voornemende studente te kan bepaal (Al-Fattal, 2010:37). Hierdie studie poog dan ook om die elemente wat 'n rol gespeel het in studente se keuse van Akademia as HOI, vas te stel.

3.3.1.4 Besluitneming en implementering (registrasie)

Selfs al het 'n instelling aan al die kriteria van 'n student voldoen, mag daar steeds faktore wees wat die student ontmoedig om te registreer soos uitdagings met die aansoekproses of 'n slegte ervaring met die personeel. Volgens Warwick en Mansfield (2004:1010) baseer studente en ouers hulle keuse van HOI op hoe goed die instelling die waargenome finansiële, sosiale, psigologiese, fisiese, en funksionele risiko's, wat met die hoërsonderwyservaring gepaard gaan, sal oorkom. Die feit dat die keuse van HOI gepaardgaan met 'n gevoel van hoër waargenome risiko beteken dat die student dikwels nog verdere inligting probeer bekom oor die instelling van hul keuse, soos om huidige studente se ervaring van die instelling te vra (Al-Fattal, 2010:37).

Jones (2002:81) dui aan dat in HO die finale keuse nie by die verbruiker lê nie, maar by die HOI wat die keuse ten opsigte van toelating maak. Studente maak 'n keuse oor die instellings waar hulle aansoek doen en die studierigtings waarvoor hulle aansoek doen – dikwels kies studente enige rigting net om by 'n spesifieke instelling plek te kry (Jones, 2002:81). Selfs al sou die instelling 'n student se aansoek aanvaar, beteken dit nog nie registrasie nie, en dit is die instelling se verantwoordelikheid om toe te sien dat gekeurde studente wel registreer (Jones, 2002:81). Gereelde kontak met aansoekers is 'n baie goeie manier om verhoudings te bou en die voornemende student se vertroue in die instelling te bou (Beneke & Human, 2010; Brown et al., 2009).

Studente is ook geneig om by die eerste instelling wat hulle aanvaar te registreer, hoewel finansiële oorwegings dikwels weer 'n rol speel indien studente moet kies tussen meer as een instelling wat hulle aansoeke aanvaar het (Brown et al., 2009:320). In Suid-Afrika dui 87% van die skoliere aan dat hulle 'n sterk voorkeur vir 'n spesifieke instelling het, terwyl 49% slegs by een instelling aansoek gedoen het, 28% by twee instellings en 15% by drie instellings (Beneke & Human, 2010:441). Hieruit word die potensiële lojaliteit van die voornemende student teenoor die HOI van keuse getoon, wat die grondslag van verhoudingsbepaling kan vorm.

Registrasie behels dat 'n registrasiefooi betaal word, en toon die student se verbintenis tot sy keuse van instelling en studierigting. Hoewel die "aankoop" steeds gekanselleer kan word, verloor die student dan sy registrasiefooi (Jones, 2002:83). Dus is dit belangrik om 'n verhouding met die voornemende student te bou reeds van die eerste

navraag wat gerig word, en die verhouding verder te bou deur elke stap van die proses om te verseker dat 'n aansoeker wel 'n geregistreerde student word.

3.3.1.5 Na-aankoop evaluering

Nadat 'n student by 'n HOI geregistreer het en die diens ervaar het, beoordeel die student hoe die HOI en die diens wat ontvang is, opweeg teen die verwagtinge wat geskep is in vroeëre fases van die proses (Jones, 2002:84). Die student mag byvoorbeeld oorweeg of dit waarde vir tyd, geld en moeite was, en of hulle die regte besluit geneem het om by die instelling te registreer. Afhangend van hoe die student se werklike ervaring opweeg teen wat hulle verwagting was, sal hulle ontevrede of tevrede wees (Kotler & Fox, 1995:41).

Volgens Al-Fattal (2010:38) is tevrede studente die beste bemarking waarvoor 'n HOI kan vra. Dit beteken dat bemarkingspogings nie eindig wanneer 'n student geregistreer het nie. Tevrede studente lei tot beter studenteterensie, bou die HOI se reputasie en lei tot 'n indirekte veldbrandbemarkingsveldtog (*word-of-mouth*) (Jones, 2002:84). Ontevrede studente hou egter 'n risiko in. Tevredendheidsindekse van studente moet gereeld gemonitor word sodat die HOI daarop kan reageer, eerder as om te wag totdat studente kla of hulle studies staak (Jones, 2002:85).

Hoewel die besluitnemingsproses wat studente volg uit vyf fases bestaan, is dit 'n besluit wat oor 'n relatiewe lang tydperk geneem word – dikwels so lank as 18 maande vandat die begeerte ontstaan het, totdat registrasie plaasvind (Brown et al., 2009:311). Selfs terwyl die student besig is met studies, is die besluitnemingsproses nie heeltemal afgehandel nie, omdat die student kan besluit die kwalifikasie of instelling was nie die regte keuse nie, en van studierigting of instelling verander (Jones, 2002:71). Die situasie word verder gekompliseer deurdat skoolverlaters meestal met die besluitnemingsproses begin sonder dat hulle weet wat hulle matriekresultate gaan wees, ten spyte daarvan dat hierdie resultate die totale proses kan beïnvloed (Jones, 2002:71).

Briggs (2006:706) wys daarop dat die beskikbare inligting aangaande die besluitnemingsproses gefokus is op patrone in historiese data omdat studente ondersoek word wat reeds die keuse van HOI gemaak het, en dit nie noodwendig keuses vir nuwe aanbiedings of nuwe markte kan voorspel nie. Dit beklemtoon die behoefte aan 'n konsepsuele model van institusionele keuse waarvolgens alle HOI's

strategies kan bemark (Briggs, 2006:706). Dit onderskryf ook die belangrikheid van die onderskeie afdelings van hierdie studie – om die motiveringsfaktore sowel as die inligtingsbronne wat 'n rol speel in studente se keuse van HOI, in die besluitnemingsproses wat hulle volg, te verstaan.

Wanneer studente die moontlike opsies van HOI's oorweeg, is daar sekere inligting wat hulle nodig het en sekere kwessies wat vir hulle belangrik is in hulle besluitneming. Hierdie word dan die kriteria op grond waarvan opsies opgeweeg word. Soos genoem verskil die waarde wat aan elke motiveringsfaktor geheg word volgens die student se persepsie van wat belangrik is (Penceliah et al., 2016:277). Vervolgens word daar gekyk na literatuur ten opsigte van moontlike motiverings- of keusefaktore, en die waarde wat studente daaraan heg.

3.4 Keusefaktore

Aangesien hierdie studie spesifiek op Akademia fokus wat 'n Afrikaanse privaat HOI is wat afstandsonderwys aanbied, word die faktore van toepassing hieronder kortliks bespreek. Daarna word studente se keusefaktore soos geïdentifiseer in 'n verskeidenheid studies wat internasionaal en in Suid-Afrika gedoen is, bespreek aan die hand van die raamwerk van Kotler en Fox se 7P's (Kotler & Fox, 1995:8).

3.4.1 Moedertaalonderrig in die Suid-Afrikaanse hoërsonderwyskonteks

Die kwessie van moedertaalonderrig, en spesifiek die gebruik van Afrikaans of Engels as onderrigtaal, is 'n sensitiewe saak in Suid-Afrika. Alexander (2004:202) verwys hierna as “Die Groot Afrikaanse Debat”. Voor 1994 is universiteite vir wit studente onderskei as “histories Afrikaanse universiteite” wat die Universiteite van Pretoria, die Vrystaat en Stellenbosch, die Potchefstroomse Universiteit vir Christelike Hoër Onderwys en die Rand Afrikaanse Universiteit ingesluit het (Bunting, 2004:39), en die “histories Engelse universiteite” waaronder die Universiteite van Kaapstad, die Witwatersrand en Natal, en Rhodes Universiteit (Bunting, 2004:42). Die Universiteit van Port Elizabeth het beide Afrikaans en Engels as onderrigtale gebruik (Bunting, 2004:40). Met die aanbreek van die nuwe demokratiese bestel in Suid-Afrika is universiteite vir studente van alle rasse oopgestel en het die studentebevolking toenemend gediversifiseer (Du Plessis, 2006:88). Dit het tot gevolg gehad dat druk toenemend op Afrikaanse universiteite uitgeoefen is om ook vir Engelssprekende studente toeganklik te wees (Du Plessis, 2006:100).

Eloff en Greffrath (2016:7) dui aan dat Afrikaans se status as onderrigtaal by die historiese Afrikaanse universiteite onder aansienlike druk verkeer. Dit het gelei tot die afskaffing van Afrikaans as onderrigtaal by onder andere die Universiteit van die Vrystaat in 2017 (Solidariteit, 2016). Op die Noordwes-Universiteit se Potchefstroom-kampus word die meerderheid van nagraadse programme in Engels aangebied, terwyl voorgraadse programme in 'n verskeidenheid tale en modaliteite (parallel, tolking en eentalig) aangebied word, ten spyte van die persepsie dat hierdie kampus uitsluitlik Afrikaans is (Santana, 2018). Die Universiteit van Pretoria het in 2016 'n taalbeleid aanvaar wat bepaal dat Engels die amptelike taal van onderrig en leer is, en ook die amptelike taal vir kommunikasie en administrasie (UP, 2016). Die beleid het riglyne vir die voorsiening van hulpbronne om studente van ander tale te bemagtig om in Engels te kan leer, ingesluit.

By die Universiteit Stellenbosch word Afrikaans steeds vir voorgraadse modules as onderrigtaal gebruik in afsonderlike lesings waar dit redelikerwys uitvoerbaar en pedagogies verantwoordbaar is (US, 2016:1). Waar Afrikaans én Engels gebruik word vir lesings, word alle inligting in Engels oorgedra, met 'n samevatting ook in Afrikaans en die beantwoording van vrae in die taal waarin dit gestel is, terwyl daar ook intydse tolking gedurende die lesings van eerstejaarsmodules beskikbaar is (US, 2016:1).

In Junie 2020 word Unisa se taalbeleid, wat Afrikaans as onderrigtaal afgeskaf het, deur die Grondwethof as ongrondwetlik verklaar (Maroela-redaksie, 2020). Dit is die hoogste hof wat nóg ten gunste van Afrikaanse onderrig op tersiêre vlak uitspraak gelewer het, en skep 'n belangrike presedent vir die beskerming van taalregte, moedertaalonderrig en die ontwikkeling van inheemse tale in Suid-Afrika (Maroela-redaksie, 2020).

Engels is die verkose onderrigtaal van studente wat 'n ander moedertaal het as Afrikaans of Engels, veral omdat die ouers glo die leerder sal beter sosiale en ekonomiese vooruitsigte hê indien hulle Engels magtig is (Alexander, 2004:204). Goosen (2016b:1) dui ook daarop “dat Engels vandag die *lingua franca* van die universitêre wêreld is”. Die praktiese rede waarom Engels 'n dominante rol in onderrig speel is dat handboeke en joernaalartikels meestal net in die grootste internasionale tale beskikbaar is (Alexander, 2004:205).

Vir hierdie studie is die voordele van moedertaalonderrig nie die hoofokus nie. Dit is egter belangrik om kennis te neem dat 'n student wat Afrikaans as onderrigtaal op voorgraadse vlak verkies, beperkte opsies van HOI's in Suid-Afrika het, waarvan die Afrikaanse privaat HOI van hierdie studie, een is.

Vorige studies oor die keusefaktore van studente in Suid-Afrika het wel die belangrikheid van onderrigtaal in die besluitnemingsproses ondersoek. In Wiese (2008:233) se studie word taalbeleid as die sesde belangrikste keusefaktor aangedui. Vir Tshwane-studente, volgens Penceliah et al. (2016:278) se studie, is taalbeleid agtste op die rangorde. Taalbeleid word in Gordon (2016:95) se studie van Graad 10's en 11's se keusefaktore as die belangrikste faktor aangedui, moontlik as gevolg van die tydsberekening van die studie, wat geloods is in 'n tydperk toe Afrikaans as onderrigtaal begin het om opslae in die nuus te maak (Gordon, 2016:106). Die taalbeleid van 'n instelling vorm deel van die programaanbod, en sal verder in die studie onder hierdie element groepeer word.

3.4.2 Die keuse tussen privaat en openbare HOI's

Aangesien privaat HOI's afhanklik is van studievofoie om hulle bedrywighede te finansier, wil dit voorkom asof hierdie instellings verhoudingsbemarking en die belangrikheid van die handelsmerk goed verstaan (Johnson et al., 2009:6). Hierdie bemarkingsaspekte word versterk deur kleiner studentegetalte, beter kohesie onder administratiewe personeel en 'n meer markgedrewe filosofie as wat deur hulle openbare eweknieë gehandhaaf word (Johnson et al., 2009:6).

Cosser en Du Toit (2002:5) het spesifiek die faktore wat studente aanmoedig om 'n privaat hoëronderriginstelling bo 'n openbare universiteit in Suid-Afrika te kies ondersoek, en het bevind dat voorbereiding vir die arbeidsmark, reputasie van die studierigting en instelling, persoonlike veiligheid en bekostigbare vofoie belangrike oorwegings was.

Veiligheid word as een van die belangrikste faktore in studente se keuse van privaat HOI's aangedui in 'n studie deur Bezuidenhout et al. (2013:1191). Dit stem ooreen met Wiese (2008:233) se bevindings dat veiligheid vir studente belangrik is in die keuse tussen verskillende openbare HOI's, en kan waarskynlik toegeskryf word aan die huidige misdaadtoestand in Suid-Afrika (Bezuidenhout et al., 2013:1191). Daarna volg indiensnemingsvooruitsigte, goeie fasiliteite (veral rekenaarfasiliteite en goed-

toegeruste klaskamers), studiekoste en akademiese reputasie (Bezuidenhout et al., 2013:1191). Internasionale bande vir werks- en studiegeleenthede was ook vir hierdie studente belangrik, terwyl die beskikbaarheid van sport- en ontspanningsfasiliteite, eetsale, koshuise en privaat akkommodasie nie vir hierdie respondente belangrik was nie (Bezuidenhout et al., 2013:1192).

Amerikaanse studies wat studentekeuse tussen privaat en openbare HOI's ondersoek het, toon dat hierdie studente se keusefaktore oorwegend oorvleuel (Bock, Poole & Joseph, 2014:17). Unieke faktore wat wel genoem word in die keuse van privaat HOI's is die belangrikheid van die gebruik van nuwe tegnologie, en dat 'n privaat HOI steeds geakkrediteer en erken moet wees (Bock et al., 2014:17). Hierdie studie stel spesifiek ondersoek in na die keusefaktore van studente wat aan 'n Afrikaanse privaat HOI studeer.

3.4.3 Die kwessie van afstand- of hibriede leer

Soos in hoofstuk 2 bespreek, is hoëronderrysinstellings wat afstandsleer aanbied belangrike rolspelers in die HO-landskap van Suid-Afrika. Voornemende studente het dikwels nie die opsie om die huis te verlaat om te gaan studeer nie omdat daar families is wat versorg en onderhou moet word, of omdat finansies dit eenvoudig nie toelaat nie. Gegewe die geografiese verspreiding van die Suid-Afrikaanse populasie is 'n openbare HOI nie altyd binne bereik van voornemende studente nie. Dit is hier waar afstandsleer 'n rol begin speel het.

Vroeëre afstandsleer was gefokus op inhoud deurdat gedrukte of oudiovisuele materiaal beskikbaar gemaak is aan studente wat sporadiese interaksie met tutors en fasiliteerders gehad het in gesentraliseerde leersentrums in die streke wat bedien is (Galvis, 2018:3). Wiese (2008:40) wys daarop dat die ontwikkeling van inligtingstegnologie geleenthede vir groter toeganklikheid en nuwe benaderings tot die skep en verspreiding van kennis bied, en 'n bedreiging kan inhou vir HOI's wat traag is om nuwe tegnologie te implementeer.

'n Student-gesentreerde benadering behoort die gebruik van nuwe tegnologie te verwelkom, soos tegnologie die geleentheid vir studies op enige tyd vanaf enige plek moontlik maak (Wiese, 2008:40). Terwyl e-leer in die verlede gewoonlik minder interaktiwiteit beteken het (Wiese, 2008:50), is daar nou nuwe maniere om hierdie gebrek te oorkom, soos die gebruik van kletskamers (*chat rooms*) tydens virtuele

klasse of waar studente in studiesentrums vergader vir fisiese interaksie met mekaar en virtuele interaksie met die dosent.

Hibriede leer verwys na die pedagogie wat leer bevorder deur die beste vanuit 'n kombinasie van verskillende, maar aanvullende modaliteite te verkry, soos om aangesig-tot-aangesig onderrig met aanlyn ondersteuning te kombineer (Galvis, 2018:3). Hibriede leeraktiwiteite is nie beperk tot wat in die klas, hetsy aangesig-tot-aangesig of virtueel, gebeur nie, maar sluit ook aktiwiteite in outonome leeromgewings in (Galvis, 2018:3). Hibriede leer verseker toegang tot lewenslange leer en fokus op leerder-gesentreerde programme van hoë gehalte (Wiese, 2008:51).

Skoolverlaters in Cosser en Du Toit (2002:5) se studie wou meestal by residensiële instellings eerder as afstandsonderriginstellings studeer; dié wat wel aangedui het dat hulle 'n afstandsinstelling verkies, wou deelyds studeer terwyl hulle begin werk. Die buigsaamheid van afstandsleer blyk die hoofmotivering vir studente te wees om so 'n onderrigmodel te kies, wat hulle die geleentheid bied om HO in hulle bestaande lewens en verpligtinge te integreer (Mittelmeier et al. 2019:28). Hierdie studie ondersoek die keusefaktore van studente by 'n Afrikaanse privaat HOI wat van 'n hibriede leermodel gebruik maak.

3.4.4 Prys of finansiële oorwegings

Die ekonomiese oorweging van studies is vir studente in Suid-Afrika een van die belangrikste faktore (Jones, 2002; Penceliah et al., 2016). Wanneer studente moontlike HOI's oorweeg, word direkte koste soos klasgelde, boeke, geleentheids- en lewenskoste, sowel as indirekte koste soos die koste om vriende agter te laat, oorweeg (Cosser & Du Toit, 2002; Kusumawati et al., 2010).

Voornemende studente oorweeg studiekoste en finansiering reeds in graad 11 (Beneke & Human, 2010: 441), maar hierdie faktore is nie ewe belangrik vir alle studente nie (Briggs, 2006; Wiese, 2008). Wanneer studente 'n keuse tussen HOI's maak, speel laer studiekoste 'n groot rol in die finale keuse (Jones, 2002; Shin & Milton, 2006). Ook die beskikbaarheid van beurse en lenings speel 'n rol in studente se besluit om wel te studeer en waar om te studeer (Al-Fattal, 2010; Jones, 2002; Sia, 2013).

Afstand van die huis af en ligging van die instelling kan belangrike oorwegings wees wat die koste-aspek betref (Briggs, 2006; Obermeit, 2012). Shin en Milton (2006:232-233) bevind dat stygende studiekoste, die beskikbaarheid van studiehulp (beurse en

lenings), en die werkloosheidskoers nie 'n effek het op studente se keuse om te gaan studeer nie.

Hoewel Siriese studente waarde heg aan die moontlikheid van beurse en afslag vir familieledede, speel studiekoste self nie so 'n groot rol in hulle keuse van HOI nie (Al-Fattal, 2010:104). Pryselemente wat Maringe (2006:474) se studie aandui as oorwegings, is beskikbaarheid van deeltydse werk en algemene lewenskoste. 'n Studie van ouers se keusefaktore dui aan dat die finansiële risiko die grootste oorweging vir beide ouers en studente is (Warwick & Mansfield, 2004:120), moontlik omdat ouers dikwels verantwoordelik is vir die finansiële ondersteuning vir studies (Al-Fattal, 2010; Kusumawati et al., 2010; Jones, 2002).

3.4.5 Programaanbod en akademiese reputasie

Die waarneming in verskeie studies is dat werk en loopbaankwessies 'n groot rol in studente se idee van hulle toekomstige lewens speel, en dat hulle glo 'n HO-kwalifikasie sal hulle werkseleenthede, salaris en indiensneembaarheid verbeter (Al-Fattal, 2010; Cosser & Du Toit, 2002; Maringe, 2006; Simões & Soares, 2010; Walsh et al., 2018). Vir hierdie elemente word daar na die instelling se programme gekyk as motiveringsfaktor. Die voordele van 'n HO-kwalifikasie weeg dikwels swaarder as die koste daarvan (Shin & Milton, 2006:233).

Studente se belangstelling in 'n spesifieke vakrigting beïnvloed die keuse van studierigting, en dus van HOI, aangesien alle studierigtings nie by alle instellings aangebied word nie (Al-Fattal, 2010; Obermeit, 2012; Sia, 2013; Simões & Soares, 2010; Walsh et al., 2018). Stalińska (2020:365) bevind akkreditasie is 'n belangrike faktor saam met die beskikbaarheid van 'n spesifieke studierigting. "Wye verskeidenheid studierigtings" word deur Wiese (2008:233) bevind as die tiende belangrikste keusefaktor vir studente in Suid-Afrika. Daarteenoor lyk dit of 'n wye keuse van studierigtings minder belangrik is vir studente in Tshwane (Penceliah et al., 2016:278), moontlik omdat die meeste openbare HOI's in Suid-Afrika soortgelyke studierigtings aanbied, en daar nie werklik tussen instellings onderskei word op grond van die kwalifikasies wat hulle aanbied nie.

Vir studente is dit belangrik om by 'n goeie instelling te studeer, gebaseer op die reputasie van die instelling en goeie dosente met die nodige vaardighede, kwalifikasies en vermoëns om kennis oor te dra (Al-Fattal, 2010; Maringe, 2006;

Zain et al., 2013). Studente uit Suidoos Asië wat in Australië gaan studeer, baseer ook hulle keuse op gehalte-onderrig (Abubakar et al., 2010:62). Jones (2002:158) se studie identifiseer verskeie faktore wat verband hou met program as belangrik vir studente – kursus, status van die instelling, akademiese vereistes, taal en slaagsyfer. Moogan (2011:578) bevind ook dat faktore soos kleiner klasse, kursusinhoud en die reputasie van die HOI veral in oorweging geneem word. Vir studente in Indonesië is die keuse om by 'n openbare instelling te studeer dikwels gemaak om te verseker dat hulle met nagraadse studies sal kan voortgaan – 'n faktor wat nie in ander studies genoem word nie (Kusumawati et al., 2010:19).

Akademiese reputasie, graduandi indiensneming en onderrigreputasie is vir Skotse studente belangrik in hulle keuse van 'n HOI, wat die belangrikheid van 'n beter toekoms ná studies bevestig (Briggs, 2006:715). Ook Indonesiese studente word beïnvloed deur die akademiese reputasie van die HOI, beide deur hulle eie persepsies en houdings oor die instelling, maar ook deur wat ander van die instelling dink (Kusumawati et al., 2010:14). Studente glo dat wanneer hulle by 'n bekende HOI met 'n goeie reputasie studeer, hulle makliker werkseleenthede sal kry of beter salarisse kan verdien (Kusumawati et al., 2010:15). Reputasie word ook deur Jones (2002:158) as redelik belangrik aangedui en Simões en Soares (2010:384) se respondente het dit dikwels as 'n faktor genoem. Die menings van ander mense is dus ook baie belangrik vir studente, en dui op die wisselwerking tussen die elemente van die bemarkingsmengsel aangesien reputasie ook as 'n element van die instelling se program bespreek is.

Penceliah et al. (2016:278) bevind dat die gehalte van die onderrig, werkseleenthede ná studies en internasionaal-erkende kwalifikasies onderskeidelik eerste, derde en vierde op die rangorde van belangrike faktore vir studente was om 'n HOI te kies. Ooreenstemmend hiermee bevind Wiese (2008:233) dat gehalte onderrig vir die meeste respondente die belangrikste keusefaktor is, terwyl werkseleenthede, internasionale bande, die beeld van die instelling en akademiese reputasie onder die top 10 faktore is. Die taalbeleid, soos vroeër bespreek, is ook 'n aspek van die program wat 'n student se keuse van HOI kan beïnvloed. Die program omvat dus die kern van wat die HOI aan die student kan bied, en maak daarom 'n kardinale komponent van die keusefaktore uit.

3.4.6 Mense

Die een wat die belangrikste rol speel in die student se besluitnemingsproses, is die student self. Faktore soos demografie, sosio-ekonomiese status, familie-agtergrond, akademiese vermoë, prestasie op hoërskool en motivering om suksesvol te wees, beïnvloed 'n student se keuse van HOI (Cosser & Du Toit, 2002; Bruwer, 1996). Jones (2002:90) wys ook op die belangrikheid van kultuur in 'n student se keuse, wat tot gevolg sal hê dat die student 'n instelling sal kies wat oortuigings, waardes en gebruike weerspieël waarmee die student gemaklik is. Angulo et al. (2010:3) verwys ook na die rol van emosionele faktore soos die student se smaak, trots en bereiking van emosionele doelwitte.

Die samestelling van die HOI se studentegemeenskap is vir sommige studente 'n oorweging; ook sosiale kwessies soos om nuwe vriende te kan maak, te studeer waar bestaande vriende studeer, en om by 'n groot instelling te studeer waar baie geleentheid vir sosiale netwerking is (Ali-Choudhury, Bennett & Savani, 2008; Al-Fattal, 2010). Vir Skotse studente is sosiale aktiwiteite soos klubs, restaurante en ander vermaak in die nabye omgewing van die HOI 'n motiveringsfaktor wat hulle keuse van instelling beïnvloed (Briggs, 2006:715). Graad 10's en 11's in Suid-Afrika dui egter aan dat diversiteit op kampus en buitemuurse aktiwiteite soos sport, kulturele en sosiale aktiwiteite die minste belangrik is (Gordon, 2016:95). Die diversiteit van die instelling is 16^{de} op studente se rangorde van keusefaktore in Tshwane, terwyl kampuslewe agtste is (Penceliah et al., 2016:278). Ook in Wiese (2008:233) se studie is sosiale lewe (18^{de}) en sportprogramme (20^{ste}) minder belangrik vir studente, hoewel die fasiliteite hiervoor wel vir studente van belang is (sien die bespreking by fisiese fasiliteite as motiveringsfaktor hieronder).

In die Chinese samelewing het ouers, sowel as die uitgebreide familie, se hoë verwagtinge van kinders se opvoeding en akademiese prestasies 'n groot invloed (Ashraf et al., 2017:422). Gordon (2016:101) se studie bevind dat ouers die finale besluitnemers is oor die instelling waarby hulle kinders gaan studeer. Ook in ander lande word die invloed van ouers gereeld genoem. Dit kan wees omdat ouers dikwels verantwoordelik is vir studiekoste; omdat studente in die voetspore van hulle ouers of familieleden moet volg, of omdat ouers nie 'n kwalifikasie verwerf het nie en juis vir hulle kinders 'n beter lewe wil verseker (Al-Fattal, 2010; Kusumawati et al., 2010; Jones, 2002). Tradisie (ouers/familie wat by dieselfde instelling studeer het) behaal slegs 'n

17^{de} plek op Penceliah et al. (2016:278) se lys van faktore en ook in Wiese (2008:226) se studie was dit die minste belangrik. Die belangrikheid van die student se sosio-ekonomiese status en hul eie siening oor sosiale kwessies, speel verseker 'n rol en reflekteer op die belangrikheid van die mens as motiveringsfaktor.

Laastens is die vriendelikheid en hulpvaardigheid van administratiewe en bemarkingspersoneel ook 'n deurslaggewende faktor vir voornemende studente (Al-Fattal, 2010:99). Veral by volwasse studente wat nietradisionele studente is, vind Hadfield (2003:18) dat uitstekende kliëntediens die grootste faktor is. Dit dra by tot die werwing van die student, ook om die student te behou. Die diensaspekte soos ondersteuningsdienste word ook deur studente in Duitsland genoem as belangrik (Obermeit, 2012:215). In die Noordweste van Engeland heg studente baie waarde aan “oomblikke van waarheid”, waar die ontmoetings met personeel en ander studente van HOI's vir studente 'n belangrike rol speel wanneer hulle kies waar om te gaan studeer (Brown et al., 2009:310). Hierdie faktor hou verband met direkte navrae as inligtingsbron en die benadering van verhoudingsbemarking wat vroeër bespreek is.

3.4.7 Plek en afleweringsmetodes

Die ligging van die instelling speel om verskillende redes 'n rol by studente. Sommiges – veral volwasse studente – verkies 'n instelling naby die huis, ander word beïnvloed deur die stad waar die instelling geleë is, en vir sommige weeg die reputasie van die instelling swaarder as die ligging (Hemsley-Brown & Oplatka, 2015:265). Faktore soos die ligging van die HOI, vervoermoontlikhede, klasroosters en klasbywoning is deur studente as “plek”-faktore genoem (Al-Fattal, 2010; Sia, 2013). In Portugal is die ligging van die instelling baie belangrik (Simões & Soares, 2010:383) en in Indonesië ook, veral vir eerste-generasie en vroulike studente (Kusumawati et al., 2010:15). Respondente in Ali-Choudhury et al. (2008:19) se studie dui aan dat hulle die veiligheid en fisiese voorkoms van die instelling se kampus oorweeg as dit gerieflik geleë is. Vervoer en veiligheid word ook deur studente in Oman genoem (Stalińska, 2020:366).

In Ierland verkies studente 'n instelling wat 'n uur van die huis af is, bo dié wat twee tot drie ure se reistyd van die huis af is (Walsh et al., 2018:174). Hiermee word die “reis”-faktor wat agtste op Jones (2002:158) se bevindinge was, bevestig. Wiese (2008:233)

bevind egter dat ligging die 15^{de} plek van belangrikheid vir Suid-Afrikaanse studente beklee.

Wanneer daar na afleweringsmetodes gekyk word, is 'n aanpasbare studiemodus soos aandklasse en 'n komponent van aanlyn leer ook op studente in Suid-Afrika se prioriteitslys as keusefaktore wat 'n rol kan speel (Penceliah et al., 2016; Wiese, 2008).

Nog 'n aspek wat selde in studies in ander lande na vore kom, is veiligheid en sekuriteit, wat vir studente in Tshwane 12^{de} (Penceliah et al., 2016:278), in Wiese (2008:233) se studie, derde, en vir graad 10's en 11's, tweede op die ranglys van faktore is (Gordon, 2016:95). Veiligheid en sekuriteit hou verband met die plek waar die instelling geleë is, byvoorbeeld internetveiligheid as die instelling van elektroniese hulpmiddels gebruik maak om hulle produk af te lewer.

3.4.8 Fisiese fasiliteite

In Suid-Afrika blyk sport- en ontspanningsprogramme 'n rol te speel in die beslissing van studente, wat nie werklik elders in die wêreld voorkom nie, behalwe dat sport- en sosiale fasiliteite belangrike faktore in Ali-Choudhury et al. (2008:27) se studie was. Vir studente in Tshwane is dit vyfde op die rangorde van belangrike faktore (Penceliah et al., 2016:278). Wiese (2008:233) het gevind dat akademiese fasiliteite die vierde belangrikste keusefaktor vir studente in Suid-Afrika is. Die aantreklikheid van die kampus (16^{de}) en akkommodasie op kampus (19^{de}) is nie baie belangrik vir Suid-Afrikaanse studente nie (Wiese, 2008:233).

Die ligging, fisiese uitleg en voorkoms van die instelling en akkommodasie-opsies is deur studente in Al-Fattal (2010:100-101) se studie genoem en ook dienste soos sportfasiliteite, biblioteke, beradingsdienste en internettoegang.

3.4.9 Prosesse en besluitneming

Dit is vir studente moeiliker om hierdie aspek te beoordeel voordat hulle 'n keuse van HOI gemaak het, omdat die meeste van die HOI se prosesse plaasvind gedurende studie aan die instelling. Daarom is dit dikwels die kleiner dinge wat 'n rol kan speel, soos studente se eerste indruk tydens 'n opedag of kampusbesoek, en hoe goed georganiseer dit is. Daar mag onsekerheid by studente bestaan oor hoe goed privaat HOI's bestuur word, bloot omdat sulke instellings dikwels relatief nuut is teenoor openbare instellings (Al-Fattal, 2010:99).

Daar is ander faktore wat 'n invloed het op die student se besluitnemingsproses, wat nie noodwendig onder program, prys, plek, mense, fisiese fasiliteite of promosie gekategoriseer kan word nie. Aangesien hierdie faktore voorkom tydens die student se poging om inligting in te samel en HOI's te evalueer, word hulle ook onder "proses" as motiveringsfaktor bespreek.

Al-Fattal (2010:105) beweer dat privaat HOI's dikwels die enigste opsie vir respondente is wanneer studente nie voldoen aan die minimum toelatingsvereistes vir 'n openbare HOI nie, of die spesifieke program by 'n openbare HOI waarin hulle graag wil studeer nie, omdat privaat HOI's dikwels minder streng toelatingsvereistes stel (Al-Fattal, 2010:105).

Voornemende studente behaal dikwels nie die punte wat hulle beoog het nie, en kry dus nie keuring by hulle eerste keuse van instelling nie. Die tyd wat dan beskikbaar is vir die keuse van 'n alternatief is baie kort, en die besluitnemingsproses kan nie so deeglik herhaal word soos wat dit waarskynlik die eerste keer gebeur het nie (Al-Fattal, 2010:108). Jones (2002:76) bevestig dat studente dikwels die keuse van HOI laat tot ná die uitslae van die skooleind-eksamen beskikbaar gemaak is, en dan is die tyd beskikbaar om inligting in te samel en 'n besluit te neem, baie kort.

Omdat dit so 'n groot besluit is en studente soms nie bevoeg voel om die besluit te maak wat die res van hulle lewens gaan affekteer nie, word die opinie en raad van ouers, vriende, familie en selfs vreemdelinge nog tot op die laaste in ag geneem, en kan ook dikwels die student se finale keuse beïnvloed, ongeag die motiveringsfaktore wat 'n rol gespeel het tydens die besluitnemingsproses (Al-Fattal, 2010:108). Die invloed van die proses word dus veral gesien in die evaluerings- en besluitnemingsfase van die besluitnemingsproses waar die student betrokke is by die proses van navraag en aansoek doen.

3.4.10 Promosie en inligtingsbronne

Die besluitnemingsproses van studente steun swaar op die insameling van inligting oor verskillende HOI's. Wanneer studente inligting bymekaar begin maak, maak hulle van verskillende inligtingsbronne gebruik wat deel vorm van die promosie-element van die bemarkingsmengsel. Hemsley-Brown en Oplatka (2015:262) het bevind dat volwasse studente van 'n wyer verskeidenheid inligtingsbronne as skoolverlaters gebruik maak om 'n keuse te maak. In 'n Irtannese studie waar studente verskeie

elemente van die 7P's moes evalueer, blyk “promosie” die belangrikste faktor vir studente se keuse te wees (Samani et al., 2017:54) – ’n resultaat wat deur geen ander van die bestudeerde literatuur reflekteer word nie. Vervolgens word hierdie inligtingsbronne en hulle rol in studente se besluitneming bespreek.

3.4.10.1 Vriende en familie

Dit blyk dat vriende en familie een van die grootste invloedse rolle speel tydens die insamel van inligting oor HOI's – spesifiek deur te help met die insamel van inligting (Al-Fattal, 2010; Jones, 2002; Kusumawati et al., 2010; Maringe, 2006; Moogan, 2011; Obermeit, 2012). Waar die studente skoolverlaters is, blyk die rol van familie in die insameling van inligting selfs groter te wees (Al-Fattal, 2010:88). Naas ouers word die advies van onderwysers en skoolhoofde, vriende, broers, susters en lede van die uitgebreide familie, en die media as waardevol geag (Beneke & Human, 2010; Sia, 2013).

Studente se vriende word op 'n meer informele wyse as inligtingsbronne gebruik, byvoorbeeld waar vriende reeds aan sekere instellings studeer, of reeds inligting ingesamel het om self 'n besluit te neem (Al-Fattal, 2010:89). Dit blyk dat besluitnemers hulle eie vriende se opinies vertrou as 'n weerspieëling van hoe 'n HOI werklik is, en moontlik ook omdat daar reeds vertroue tussen hierdie bronne bestaan (Al-Fattal, 2010:89). In Indonesië speel vriende die tweede grootste rol in studente se keuse van HOI (Kusumawati et al., 2010:17).

Alumni en vriende is dikwels die belangrikste bronne van inligting (Bruwer, 1996:128). Vir studente aan privaat HOI's, volgens Bock et al. (2014:18) se studie, was veldbrandbemarking een van die belangrikste bronne van inligting oor HOI's. Wiese (2008:229) bevind ook veldbrandbemarking as een van die beste bronne van inligting, hoewel respondente aangedui het dat hulle nie noodwendig 'n instelling kies omdat hulle vriende daar studeer nie. HOI's moet nie die waarde van veldbrandbemarking onderskat nie, en ook doelbewus daarop fokus om alumni, huidige studente en werknemers te betrek by bemarkingspogings, omdat hulle dikwels as waardevolle bronne van inligting dien.

3.4.10.2 Direkte navrae

Hierdie afdeling behels enige direkte, verbale kontak met die HOI's, insluitend kampusbesoeke, telefoonoprope en uitstallings. In Jones (2002:144) se studie blyk

loopbaanskoue die tweede belangrikste inligtingsbron te wees wat studente gebruik, terwyl opedae die sesde belangrikste was. Skoolverlaters en jonger studente (15-21 jaar) is meer geneig om in hulle keuse van instelling en studierigting beïnvloed te word deur opedae en loopbaanskoue as ouer studente (Chase, Geringer & Stratemeyer, 2019; Moogan, 2011).

Opedae of kampusbesoeke is dikwels die belangrikste oomblik in die besluitnemingsproses, en 'n belangrike bron van inligting aangesien dit vir studente 'n eerstehandse ervaring van die HOI bied (Al-Fattal, 2010:91). Dit gee studente die geleentheid om die reis na die instelling te ervaar, 'n algemene indruk van die instelling en sy omgewing te kry, en om die finale besluit te neem om by die instelling aansoek te doen (Brown et al., 2009:317). Wat interessant is uit Jones (2002:171) se studie is dat studente aangedui het dat die opedae hulle nie bekendgestel het aan die HOI-omgewing nie en nie gesien word as 'n geleentheid vir verhoudings bou met die instelling nie, maar dat hulle steeds voordeel daaruit verkry het deur inligting oor programme in te win.

Kampusbesoeke is laaste genoem in Sia (2013:11) se studie. Slegs die helfte van die Duitse studente woon opedae by, maar in retrospeksie word dit as baie sinvol geag en aanbeveel deur hierdie studente (Obermeit, 2012). In Bock et al. (2014:18) se studie is daar aangedui dat die besoek aan die HOI die belangrikste manier was waarop inligting ingesamel is voordat daar op 'n HOI besluit is, terwyl besoeke deur werwers aan die skole ook as relatief belangrik geag word.

Respondente in Wiese (2008:228) se studie het uiteenlopende menings oor die belangrikheid van werwers se skoolbesoeke. Vir die graad 10-12's in die Vaaldriehoek was skoolbesoeke die beste manier om inligting aangaande die HOI te verkry (Gordon, 2016:97), terwyl opedae en loopbaanskoue ook gewilde opsies was. Vier van die top vyf inligtingsbronne wat leerders verkies het vir die verkryging van inligting tydens die besluitnemingsproses, was geleenthede waar aangesig-tot-aangesig kommunikasie plaasgevind het, byvoorbeeld skoolbesoeke en opedae (Gordon, 2016:121).

Hoewel bemarkingsmateriaal wat deur onderwysers versprei is nie 'n groot invloed op Wes-Kaapse studente se keuse van 'n spesifieke instelling het nie, is dit tog as 'n belangrike inligtingsbron aangedui (Jones, 2002:144). Maringe (2006:476) het bevind dat veral vroulike studente in Southampton die inligting deur onderwysers en

studenteadviseurs as belangrik geag het in hulle keuse van 'n HOI. Onderwysers is 'n gunsteling bron van inligting in Wallis (Moogan, 2011:578). Die invloed van hoërskool adviseurs speel in Bock et al. (2014:18) se studie 'n wisselende rol onder verskillende segmente van studente.

Beide die invloed van vriende en familie, en ook die ervaring van direkte kontak met personeel en studente van die instelling, beklemtoon die belangrikheid van mense in die besluitnemingsproses, hoewel dit in hierdie konteks as “promosie” bespreek word. Die wisselwerking tussen die 7P's is duidelik, en dit is nie moontlik om die elemente van mekaar te skei nie.

3.4.10.3 Tradisionele media

Koerantadvertensies, artikels, gedrukte promosie-items, brosjures en prospektusse vorm belangrike bronne van inligting onder die tradisionele media-afdeling. Advertensies verhoog die student se bewustheid van die studierigtings, navorsingsaktiwiteite en dienste wat deur 'n HOI aangebied word (Njomo, 2014:76). Radio- en televisie-advertensies blyk 'n groot rol by studente van privaat HOI's in Maleisië te speel (Zain et al., 2013:87).

Deelnemers aan Al-Fattal (2010:92) se studie het aangedui dat media juis die aspek beklemtoon wat HOI's wil hê potensiële studente moet van hulle te hore kom, wat weer 'n negatiewe effek het op die vertroue wat in hierdie bronne geplaas word. In Kameroen wys Njomo (2014:85) spesifiek op die misleiding wat soms plaasvind deur privaat instellings deurdat valse en oordrewe beloftes en aansprake in hulle advertensies gemaak word, soos “ons het die laagste studiekoste”. So word studente onder 'n wanindruk geplaas om hulle te lok – die teleurstelling is dan groot wanneer dit blyk onwaar te wees – iets wat uiteraard die student se ervaring van die HOI negatief beïnvloed. Advertensies word vir studente van privaat HOI's aangedui as een van die inligtingsbronne wat die minste geraadpleeg word, hoewel die tipe advertensie nie gespesifiseer word nie (Bock et al., 2014:18).

Oor die algemeen word media gesien as minder effektief in die voorsiening van inligting (Al-Fattal, 2010; Maringe, 2006; Obermeit, 2012). Brosjures gee dikwels nie basiese inligting soos studiekoste of akkommodasie-opsies nie, en word beskou as blote advertensies eerder as inligtingsbronne (Al-Fattal, 2010; Obermeit, 2012). Skotse en Walliese studente het weer prospektusse, en toenemend webwerwe, as die

belangrikste inligtingsbronne aangedui, hoewel hulle saamstem dat dit gebrekkige inligting deurgegee het oor koste, ligging, omgewing en modules (Briggs, 2006; Moogan, 2011). Brown et al. (2009:317) het ook gevind dat prospektusse 'n groot rol speel tydens die vroeë stadiums van besluitneming deurdat die voornemende student 'n gevoel kry van die instelling, en gebruik word om 'n kortlys van instellings op te stel.

Universiteitspublikasies word in Suid-Afrika as die nuttigste bron van inligting aangedui terwyl advertensies oor radio en televisie die minste nuttig geag word (Wiese, 2008:228). Die visuele verteenwoordiging van hierdie hulpmiddels dra wel by tot studente se besluite, veral wanneer hulle foto's sien waarvan hulle hou (Al-Fattal, 2010:94).

In Jones (2002:144) se studie is koerantartikels aangedui as die sewende belangrikste inligtingsbron, gevolg deur webwerwe, plakkate, TV-advertensies, advertensieborde en radio-advertensies. Hieruit blyk duidelik dat massamedia as inligtingsbron 'n baie kleiner rol speel as direkte bronne soos familie en vriende. Die studie dui ook aan dat die fondse wat deur instellings hieraan spandeer word, nie geregverdig is as daar in ag geneem word dat dit nie juis studente se finale keuse beïnvloed nie (Jones, 2002:172). Die aanbeveling is dat instellings minder op tradisionele media moet staatmaak vir bemaking, en addisionele maniere moet vind waar verhoudings 'n groter rol speel (Maringe, 2006:477).

3.4.10.4 Internet en sosiale media

Sosiale media is enige hulpmiddel wat van die internet gebruik maak om persoonlike kommunikasie en interaksie te fasiliteer, en behoort deel van elke HOI se geïntegreerde bemakingskommunikasieplan te vorm (Khan, 2017:2). Die huidige generasie studente word groot met Facebook, YouTube, LinkedIn, Instagram, Twitter en WhatsApp en daarom moet hierdie kanale ingespan word om sosiale netwerke te bewerkstellig waar die teikenmark effektief bereik kan word (Khan, 2017:2).

Die internet, en meer spesifiek HOI's se webwerwe, is 'n baie gewilde bron van inligting (Brown et al., 2009; Simões & Soares, 2010). In Duitsland word dit selfs gesien as die belangrikste bron van inligting (Obermeit, 2012:218) en in Suid-Afrika voel 60% van die respondente dat HOI's se webwerwe goeie of uitstekende bronne van inligting is (Wiese, 2008:229). Voornemende studente gebruik 'n aktiewe inligtingsoektog om verskillende HOI's se webwerwe te besoek op 'n plek en tyd wat vir hulle gerieflik is

(Al-Fattal, 2010:93). Ook in Gordon (2016:121) se studie is webwerwe een van die top vyf bronne van inligting, en een van die min internetbronne wat leerders as gepas beskou vir die insamel van inligting oor HOI's. Hoewel webwerwe ook as sosiale media gesien word, regverdig die tradisionele manier waarop die meeste HOI's dit gebruik – vir die deurgang van inligting – dit nie as 'n ware sosiale media hulpmiddel wat tot tweerigting kommunikasie met voornemende studente lei nie (Khan, 2017:4).

Terwyl sosiale media eers in die afgelope paar jaar 'n rol in bemerking begin speel het, is daar relatief min inligting oor hoe die student se besluitnemingsproses geraak word deur nuwe media en sosiale media (Royo-Vela & Hünernmund, 2016:144). Wanneer die invloed van sosiale media op nagraadse studente ondersoek word, vind Royo-Vela en Hünernmund (2016:155) dat alle respondente ten minste op een sosialemediaplatform aktief is, en dat byna 59% van hulle die webwerf en 47% die instelling se sosialemediaplatforms raadpleeg vir inligting. Vir hierdie studente het soekenjinresultate, veldbrandbemerking, die HOI se webwerf en sosialemediaplatforms 'n baie groter rol gespeel as tradisionele media soos gedrukte of TV-advertensies (Royo-Vela & Hünernmund, 2016:157).

Navorsing onder Suid-Afrikaanse studente in 2015 dui daarop dat 44% van die studente internetbronne raadpleeg vir inligting oor HOI's. Van hierdie studente gebruik 53% Facebook, 20% LinkedIn, 17% YouTube en 8% gebruik Twitter. Skoolgaande leerders dui egter aan dat sosialemediaplatforms die minder toepaslike bron van inligting oor HOI's in die besluitnemingsproses is (Gordon, 2016:97).

'n Studie oor studente se interaksie met hulle HOI se sosialemediaplatforms, toon dat sosiale media wel 'n positiewe invloed op die HOI-student se verhoudingsgehalte het (Clark, Fine & Scheuer, 2017:49). Studente se blootstelling aan en interaksie met hulpbronne op die HOI se sosialemediaplatforms dra by tot beter vertroue, en meer bevredigende en toegewyde verhoudings met die instelling (Clark et al., 2017:49). Verder blyk dit dat hoe meer sosialemediaplatforms die instelling beskikbaar het waarmee die studente interaksie kan hê, hoe groter is die positiewe effek op die verhouding, solank inligting op hierdie platforms tydig, akkuraat en interessant is (Clark et al., 2017:51).

Shields en Peruta (2019:76) bevind dat die HOI se webwerf deur die meeste studente as 'n eerste en gereelde basis gebruik is om inligting oor 'n instelling in te win. Wanneer

studente instellings geïdentifiseer het waarin hulle belangstel, skuif die fokus na sosialemidiaplatforms waar hulle veral van Facebook en Instagram gebruik maak om die atmosfeer op kampus en die studentelewe te bepaal (Shields & Peruta, 2019:77).

Die nut van sosiale media lê veral daarin om netwerke te vorm nog voordat 'n student by 'n instelling aankom, en ook om vrae aan huidige studente te vra wat hulle dink moontlik nie eerlik deur werknemers van die instelling beantwoord sal word nie (Shields & Peruta, 2019:78). Webwerwe en sosiale media speel dus 'n groot rol as inligtingsbronne en promosiemiddels in die besluitnemingsproses.

3.4.11 Samevatting

Vriende en familie speel een van die grootste rolle as inligtingsbronne, hetsy dit is om te help soek na moontlike inligting, of deur as inligtingsbron op te tree op grond van vorige ervaring en eie kennis. Dit blyk dat studente wisselende opinies oor opedae of kampusbesoeke het, hoewel direkte kontak met die HOI wel belangrik is vir studente om bevestiging te kry van die inligting wat reeds uit ander bronne versamel is. Tradisionele media is oor die algemeen minder belangrik as sosiale media, waarvan veral webwerwe baie gewilde opsies is vir die insameling van inligting. Die betroubaarheid van die inligting in advertensies word oor die algemeen in twyfel getrek omdat studente dit sien as verkoopsfoefies wat 'n mooi prentjie skets, en daarom word direkte bronne soos alumni of huidige studente ook eerder verkies as inligtingsbronne om werklike ervarings te deel en eerlike menings te gee.

Hierdie fokus op mense in die besluitnemingsproses sluit aan by die rol van die ander bemarkingsmengsel-elemente as motiveringsfaktor vir studente. Die belangrikste motiveringsfaktor is waarskynlik die student self, wie se persoonlikheid, behoeftes, belangstellings en vermoë 'n groot rol speel in die keuse wat gemaak word. Voeg hierby die menings en invloed van ouers, vriende, familie en onderwysers. Verder speel die dosente, administratiewe personeel, bemarkers, studente en alumni van die HOI ook 'n rol deur die indruk wat hulle skep by die voornemende student.

Wanneer studente egter gevra word om verskillende faktore te evalueer aan die hand van hul belangrikheid in hul besluitneming, word mense se invloed oor die algemeen nie so hoog geag soos faktore wat verband hou met die program nie. Gehalte van onderrig, reputasie van die instelling en die beskikbaarheid van spesifieke kwalifikasies is oor die algemeen deur studies as van die belangrikste motiverings-

faktore in studente se keuse van HOI bevind. Baie studente blyk ook beïnvloed te word deur die geleentheid vir beter werk, hoewel dit meer verband hou met 'n HO-kwalifikasie oor die algemeen, as noodwendig die keuse van 'n spesifieke instelling.

“Prys” was naas “program” die grootste motiveringsfaktor vir die keuse van studente, en veral wanneer daar tussen twee alternatiewe HOI's gekies moes word, het laer studiekoste, beter beurse en ander finansiële ondersteuning 'n rol gespeel. Studente het wisselende opinies oor die “plek” (fisiese ligging) waar 'n HO geleë is. Ook oor die beskikbaarheid van aanlyn leer. In Suid-Afrika blyk veiligheid van die kampus 'n groter rol te speel as die ligging van die kampus wat betref afstand van die huis en vervoeremoontlikhede. Vir Suid-Afrikaanse studente is sport- en ontspanningsfasiliteite belangrik in die oorweging van die fisiese fasiliteite, terwyl die aantreklikheid van die kampus en akkommodasie op kampus nie noodwendig so belangrik is nie.

Omdat die meeste van die prosesse wat deel is van 'n HOI se bedrywigheede eers na besluitneming ervaar word, speel prosesse oor die algemeen nie 'n groot rol as motiveringsfaktor nie. Indien 'n student wel besluit om by 'n HOI aansoek te doen, kan die gerief van die aansoekproses bepaal of die student sal voortgaan met registrasie by die instelling.

3.5 Slotperspektief

Hierdie hoofstuk het begin deur die plek van bemarking in HO te bepaal, en daar is vasgestel dat sekere basiese beginsels toegepas moet word vir die suksesvolle bemarking van 'n HOI. Dit is belangrik dat HOI's hulle unieke teikenmark se behoeftes en besluitnemingsprosesse verstaan. Sodoende kan die eienskappe van die HOI wat belangrik geag word vir studente verder ontwikkel word, en hulpbronne kan ook toegeken word aan bemarking aan die regte studente op die regte tydstip en deur die regte inligtingsbronne te gebruik. Verder is daar bepaal dat verhoudingsbemarking nodig is om te verseker dat die HOI nie net aansoeke sal ontvang nie, maar dat studente behou sal word en daar ook 'n alumni-basis opgebou word wat trots is op en betrokke is by die HOI.

Vir 'n HOI is dit belangrik om na hulle bemarkingsmengsel te kyk, aangesien geen twee instellings dieselfde is nie en dus nie dieselfde aan studente kan bied nie. Die bemarkingsmengselmodel van Kotler en Fox (1995:8), wat bestaan uit 7P's, is uiteengesit en verduidelik in die konteks van HOI's. Dit is ook nodig vir HOI's om te

verstaan dat die fokus nie op slegs een van die 7P's – program, prys, plek, promosie, proses, fisiese fasiliteite en mense – kan wees nie, maar dat daar 'n belangrike wisselwerking tussen hierdie elemente bestaan.

Studente se prioritisering van hierdie elemente en waarde wat hulle aan keusefaktore heg, sal verskil. Die rol van hierdie elemente word veral gesien tydens die student se besluitnemingsproses wanneer 'n keuse van HOI gemaak word. Studente volg oor die algemeen Kotler se vyffase-verbruikersbesluitnemingsproses (Kotler & Fox, 1995:251): 1) bewustheid van die behoefte om te studeer; 2) insameling van inligting oor moontlike kwalifikasies en HOI's; 3) evaluering van alternatiewe; 4) besluitneming en registrasie; en 5) na-“aankoop” evaluering. Veral tydens die evaluering van die alternatiewe, speel die student se prioritisering van die 7P's 'n rol, hoewel promosie reeds belangrik is tydens die insameling van inligting oor moontlike opsies. Die bevindinge vanuit die bestaande literatuur aangaande die bemarkingsmengsel-elemente, is reeds kortliks bespreek.

Die doel van die studie was om te bepaal hoe die besluitnemingsproses vir studente wat Akademia as HOI kies, verloop het. Die fokus is ook spesifiek op die motiveringsfaktore wat hierdie studente se keuse beïnvloed het, en die inligtingsbronne waarvan hulle gebruik gemaak het. Vervolgens word die metodologie wat in hierdie studie gebruik is, bespreek.

Hoofstuk 4

Navorsingsmetodologie en -ontwerp

4.1 Inleiding

Voornemende studente se persoonlike situasies is uniek. Die faktore wat hulle besluite oor waar en wat om te studeer beïnvloed, die inligtingsbronne wat hulle in die proses gebruik, en hoe hulle besluitnemingsproses verloop, word beïnvloed deur onder andere persoonlike omstandighede, persoonlikheid en belangstelling. Vir die doeleindes van hierdie studie word daar gefokus op die student se besluitnemingsproses, en spesifiek die keusefaktore en die inligtingsbronne wat belangrik is in hierdie proses om 'n HOI te kies.

Die doel van hierdie hoofstuk is om die navorsingsmetodologie te verduidelik wat in hierdie studie gebruik is. Die eerste stap van die proses is in hoofstuk 1 bespreek, waar die navorsingsprobleem en gepaardgaande navorsingsvrae geïdentifiseer is. Vervolgens is daar sekondêre navorsing uitgevoer om agtergrondsinsig oor die onderwerp in te win, wat aangewend is om die vraelys en onderhoudsprotokol op te stel. Die literatuurstudie in hoofstuk 3 verteenwoordig die insig wat tydens hierdie stap ingewin is. Hierdie hoofstuk (hoofstuk 4) fokus op die navorsingsproses deur die navorsingsprobleem, -vrae, -paradigma, -metodologie, -ontwerp, populasie en steekproef, data-insamelingstegnieke, vraelysontwerp en onderhoudsprotokol, asook die insameling en prosessering van data te verduidelik.

4.2 Navorsingsprobleem en -vrae

Daar is reeds in hoofstuk 3 aangedui dat werwing en om studente te behou, nodig is vir die voortbestaan van HOI's, en daarom is dit nodig om studente se behoeftes en verwagtinge te verstaan sodat die bemerking van 'n instelling meer effektief hierop kan fokus. Om die "regte" studente vir die instelling te werf beteken dat daar 'n goeie ooreenstemming moet wees tussen die student se behoeftes en dit wat die instelling bied, en is dit nodig dat 'n verhouding met voornemende studente gebou word. Om hierdie verhouding te kan bou, moet die instelling verstaan hoe die besluitnemingsproses vir voornemende studente lyk, en wat die keusefaktore is wat hulle oorweeg en watter inligtingsbronne hulle raadpleeg wanneer 'n HOI oorweeg word.

Hoewel talle studies internasionaal gedoen is oor die keusefaktore wat studente oorweeg wanneer hulle 'n HOI kies (Al-Fattal, 2010; Angulo et al., 2010; Briggs, 2006; Chan, 2016; Maringe, 2006; Saunders, 2015; Sia, 2013; Walsh et al., 2018) is daar aanduidings dat die belangrikheid van keusefaktore van land tot land verskil, en dat inligtingsbronne ook verskillende rolle speel in verskillende kontekste.

Van die studies wat in Suid-Afrika onderneem is, maak Wiese (2008) se studie waarskynlik die grootste bydrae, omdat dit die belangrikheid van keusefaktore en inligtingsbronne vir studente by ses openbare instellings ondersoek het. Ander studies in Suid-Afrika fokus op die aansoekers en eerstejaars van die Kaap Technikon (Bruwer, 1996), op skoolverlaters (Cosser & Du Toit, 2002), teknikons en universiteite van die Kaapse Skiereiland (Jones, 2002), skole in die Wes-Kaap (Bonnema & Van der Walddt, 2008), op studente se behoefte aan verhoudingsbemarkingsbenaderings (Beneke & Human, 2010), en graad 10-12's van die Vaaldriehoek (Gordon, 2016). Die enigste studie oor hierdie onderwerp wat spesifiek op privaat HOI's fokus is dié van Bezuidenhout et al. (2013) wat ondersoek ingestel het na die faktore wat die keuse vir privaat HO van 600 studente aan drie privaat HOI's in Suid-Afrika beïnvloed het.

Ten spyte van bogenoemde studies, is min bekend oor die keusefaktore en inligtingsbronne wat 'n rol speel in studente se keuse van 'n privaat **Afrikaanse** HOI soos Akademia. Verder is daar 'n gebrek aan onlangse navorsing oor hierdie onderwerp. Daar is ook gebrekkige navorsing oor die keusefaktore en besluitnemingsprosesse van werkende studente, soos die studente wat van Akademia se na-uurse studie-opsies gebruik maak. Dus is die navorsingsprobleem of navorsingsdoelstelling om te bepaal watter faktore studente motiveer om by 'n Afrikaanse privaat HOI te studeer.

Die navorsingsdoelstelling kan in navorsingsdoelwitte verwoord word. Hierdie navorsingsdoelwitte is die spesifieke inligting wat benodig word om 'n navorsingsprobleem op te los en fokus die navorsing op dit wat ondersoek, gemeet of verduidelik moet word. Die doelwitte vir hierdie studie word as navorsingsvrae gestel. Die volgende drie vrae is deur die studie ondersoek:

- Watter faktore beïnvloed studente se keuse om by Akademia te studeer?

- Watter inligtingsbronne het Akademia-studente gebruik in hulle keuse van 'n HOI?
- Wat behels die besluitnemingsprosesse van Akademia-studente?

Die literatuurstudie wat onderneem is om hierdie navorsingsvrae te beantwoord, is in hoofstuk 3 bespreek. Vervolgens word die paradigma waarin die navorsingsprojek aangepak is, bespreek.

4.3 Navorsingsparadigma

'n Navorsingsparadigma omvat die manier waarop navorsers die wêreld sien, met ander woorde die konseptuele raamwerk waarin gewerk word om die wêreld te verstaan. Dit omvat ook hoe die navorser navorsing verstaan, wat die sleutelkonsepte in navorsing is en wat gesien word as relevante kennis (Cohen et al., 2018; Du Plooy-Cilliers, 2019).

Hierdie studie is vanuit 'n pragmatiese paradigma gedoen. Davis (2014:78) verduidelik pragmatiese navorsing as navorsing wat poog om oplossings vir spesifieke probleme te vind deur beide kwalitatiewe en kwantitatiewe data te gebruik.

Pragmatisme behels dat die navorsingsfilosofie deur die navorsingsvraag bepaal word, en dat metodes uit meer as een paradigma in dieselfde navorsingsprojek gebruik kan word ten einde die navorsingsvraag die beste te kan beantwoord (Hussey & Hussey, 1997:343). Pragmatisme word onderskei van ander paradigmas op grond van die wêreldbeskouing daarvan – dit is nie bloot 'n kombinasie van kwalitatiewe en kwantitatiewe metodes nie, maar 'n spesifieke kombinasie van aanvullende metodes om antwoorde en oplossings op probleme te vind (Davis, 2014:79). Daar word van die standpunt uitgegaan dat empiriese waarnemings as sodanig nie die objektiewe waarheid kan weergee nie, aangesien waarneming vanuit 'n spesifieke oogpunt plaasvind, en mense dinge verskillend sien en ervaar (Davis, 2014:79). Dit noodsaak dus die gebruik van verskillende data-insamelingsmetodes wat verskillende tipes data genereer.

Volgens Cohen et al. (2018:9) fokus pragmatisme op wat werk; dit is probleem-gesentreerd, prakties, gebruiksgeoriënteerd en geskik vir navorsing deur praktisyns. Elkeen van hierdie eienskappe van pragmatisme was relevant tot die studie. Vanuit die navorser se posisie as Bestuurder van Studentewerwing by Akademia, bevind sy

haarself in 'n praktyk-georiënteerde situasie. In Studentewerwing bestaan daar 'n behoefte om beter te verstaan waarom studente Akademia as HOI kies sodat toekomstige bemarking beter gefokus kan word op hierdie oorwegings. Daar is ook 'n behoefte om die besluitnemingsproses van studente vanuit die verskillende oogpunte van die verskillende groepe respondente te verstaan. Die pragmatiese paradigma was mees geskik om hierdie praktiese, probleemgesentreerde studie aan te pak wat die praktisyn as navorser met gebruiksgeoriënteerde inligting kon bemagtig.

'n Pragmatiese paradigma kan van beide induktiewe en deduktiewe beredenering gebruik maak om die veelvuldige sienings ten opsigte van die navorsingsvraag te ondersoek (Cohen et al., 2018:34). Met 'n deduktiewe benadering begin die navorser met die teorie of 'n abstrakte verhouding tussen konsepte en beweeg dan na konkrete empiriese bewyse (Neuman, 2012:32), terwyl 'n induktiewe benadering met gedetailleerde empiriese waarnemings begin en dan beweeg na abstrakte veralgemenings (Neuman, 2012:33). Dit bied ook die geleentheid om beide kwantitatiewe en kwalitatiewe data in te samel wat nodig is om verskillende perspektiewe op die navorsingsprobleem te verkry.

Volgens Morgan (2014:1046) gaan pragmatisme egter verder as die praktiese aspekte van die navorsing en omvat dit ook die rede vir die navorsing. Pragmatisme dien as 'n nuwe paradigma om die ouer manier van dink oor die verskillende benaderings tot navorsing te vervang deur daardie verskille as die sosiale konteks van die ondersoek te sien, eerder as abstrakte filosofiese sisteme (Morgan, 2014:1049). Die manier waarop 'n navorser die wêreld beskou en die paradigma waaruit die navorsing plaasvind, hou verband met sienings oor kennis, realiteit of werklikheid en metodologie. Hierdie unieke beskouings van pragmatisme word vervolgens bespreek.

4.4 Navorsingsmetodologie

Die navorsingsmetodologie is die stelsel wat leiding gee aan die proses wat gevolg word vir die oplossing van probleme. Hoewel dit nie sinoniem met metodes is nie, word die navorsingsmetodes wat die geskikste is vir die insameling en analisering van data om kennis te skep oor 'n fenomeen wat ondersoek word, hierby ingesluit (Du Plooy-Cilliers, 2019:24). Gemengde-metode-navorsing vind plaas in die pragmatiese paradigma (Kivunja & Kuyini, 2017:35) en maak gebruik van beide numeriese en narratiewe benaderings en data om aan die doel van die navorsing te beantwoord.

(Cohen et al., 2018:35). Vir hierdie rede is gemengde-metode-navorsing geskoei op pragmatiese epistemologie en ontologie (Cohen et al., 2018:35).

Epistemologie behels die studie van kennis, en het te doen met die vraag oor wat gesien word as kennis, en wat die beperkinge van kennis is (Du Plooy-Cilliers, 2019:23). Kennis kan gesien word as konkreet, objektief en tasbaar, of as persoonlik, subjektief en uniek (Cohen et al., 2018:5). Volgens Kivunja en Kuyini (2017:35) is die pragmatiese paradigma gebaseer op 'n verhoudings-epistemologie, deurdat die verhoudings in navorsing die beste bepaal word deur wat die navorser sien as gepas vir 'n spesifieke studie.

Du Plooy-Cilliers (2019:23) verduidelik dat ontologie te make het met wat die werklikheid is en wat die aannames is wat oor sekere verskynsels gemaak word. Die vraag word gevra of die sosiale realiteit 'n gegewe in die wêreld is, of iets wat deur 'n individu se eie gedagtes geskep is (Cohen et al., 2018:5). Op 'n ontologiese vlak word pragmatisme geklassifiseer as 'n nie-eenvoudige realiteitsontologie, gebaseer op die beskouing dat daar nie 'n eenvoudige realiteit is nie, en dat elke individu hulle eie unieke interpretasie van realiteit het (Kivunja & Kuyini, 2017:35), maar dat realiteit geskep word deur die wêreld waarin ons funksioneer. Realiteit word dus gesien as beide sosiaal gekonstrueer en objektief (Cohen et al., 2018:36). Morgan (2014:1048) beklemtoon dat ontologiese argumente oor die aard van die wêreld om ons, teenoor die wêreld van ons opvattinge, vir pragmatisme twee kante van dieselfde muntstuk is.

Die aksiologie bied 'n aanduiding van dit wat waardeer word in 'n spesifieke paradigma (Du Plooy-Cilliers, 2019:24). Deurdat pragmatisme daarop gefokus is om 'n praktiese probleem op te los en sodoende mense te bevoordeel, het dit 'n waarde-gelaaide aksiologie (Kivunja & Kuyini, 2017:35).

Hoewel Kivunja en Kuyini (2017) pragmatisme volgens die filosofiese benadering in ontologie, epistemologie, metodologie en aksiologie omskryf het, is daar outeurs wat beweer dat pragmatisme wegbeweeg van die verbintenis tot 'n abstrakte stel filosofiese oortuigings, en konsentreer op oortuigings wat meer direk verband hou met aksies (Morgan, 2014:1051). Cohen et al. (2018:34) stel ook voor dat gemengde-metode-navorsing verder moet gaan as die integrasie van verskillende metodes en data, en ook paradigmas, ontologie, epistemologie en aksiologie moet kombineer om 'n ware, volledige beeld van die fenomeen wat ondersoek word, te kry. Pragmatisme

as filosofie behels dus die kombinasie van oortuigings en aksies in 'n proses van ondersoek, met ander woorde navorsing wat die basis vorm van enige soeke na kennis (Morgan, 2014:1051). Gebaseer op hierdie filosofie, word daar ondersoek ingestel na die kombinasie van aksies wat in hierdie studie gebruik is.

4.5 Navorsingsontwerp

Die navorsingsontwerp is die plan waarvolgens die studie uitgevoer word, en behels die metodes en tegnieke wat gebruik word om data in te samel, te analiseer en te interpreteer (Du Plooy, 2001:49). Die studie het uit verskillende fases bestaan, waarvan die eerste 'n omvattende literatuurstudie behels het. Gedurende hierdie fase is sekondêre data ondersoek oor die hoërondewysomgewing beide internasionaal en nasionaal, sowel as die bemarking van HOI's en die verbruikersbesluitnemingsproses waardeur studente gaan wanneer hulle 'n HOI kies. Die doel hiervan was om die konteks van die HO-omgewing sowel as dié van Akademia te skets. Die literatuurstudie het ook die opstel van die navorsingsinstrumente, naamlik die vraelys en onderhoudsprotokol gerig, en verder die navorser vergewis van bestaande bevindinge in die veld en moontlike leemtes wat nog nie ondersoek is nie.

Die volgende fase van die studie was 'n gemengde-metode-studie. Die eerste twee navorsingsvrae is ondersoek deur 'n vraelys te gebruik vir kwantitatiewe data-insameling, terwyl die derde navorsingsvraag meer verkennend van aard was en 'n individuele benadering gebruik is deur kwalitatiewe data met telefoniese onderhoude in te samel. Die verkennende aard van die vrae in hierdie studie gee 'n aanduiding dat dit 'n empiriese studie was (Babbie & Mouton, 2001:76).

Vir die gemengde-metode-benadering is 'n opeenvolgende verduidelikende strategie gevolg (Cresswell, 2009; Leedy & Ormrod, 2013). Dié strategie behels dat die kwantitatiewe data eers ingesamel en geanaliseer word, gevolg deur die insameling en analise van die kwalitatiewe data wat bou op die resultate van die aanvanklike kwantitatiewe resultate (Cresswell, 2009; Leedy & Ormrod, 2013). Die kwantitatiewe data dra die meeste gewig en die data word gemeng deurdát die resultate van die kwantitatiewe studie die sekondêre kwalitatiewe data-insameling gerig het (Cresswell, 2009:211). Die kwantitatiewe deel van die studie het ten doel gehad om soveel as moontlik respondente te betrek, sodat genoegsame data ingesamel kon word om

betroubaarheid en geldigheid te verseker. Die kwalitatiewe data is gebruik om die resultate van die kwantitatiewe studie verder toe te lig of beter te verstaan.

Die studie is sosiale navorsing wat uitgevoer is om 'n onderwerp te verken of om meer bekend te raak met die onderwerp (Babbie & Mouton, 2001:79). Die navorser het geen beheer gehad oor die veranderlikes nie, en kon slegs die belangrikheid van keusefaktore en ander verwante sake rapporteer en bespreek. Die navorsingsontwerp het 'n interpretatiewe fokus deurdat gepoog is om die besluitnemingsproses van studente aan 'n Afrikaanse privaat HOI beter te verstaan, maar ook 'n beskrywende fokus deurdat die besluitnemingsproses wat studente volg, vanuit kwalitatiewe navorsing beskryf word. Hierdie studie dra by tot 'n beter begrip van studente deur 'n beskrywing vanuit die steekproef te verskaf van sekere demografiese inligting van die eerstejaarstudente aan Akademia, sowel as inligting aangaande die besluitnemingsgedrag wat hierdie studente toon. Gedurende die besluitnemingsproses van eerstejaarstudente aan 'n Afrikaanse privaat HOI is daar spesifiek gekyk na die keusefaktore en inligtingsbronne wat hulle besluitneming rig.

Wat tydsaspek betref, was hierdie 'n deursnitstudie (Du Plooy, 2001:85) aangesien die data wat ingesamel is slegs 'n spesifieke tydstip verteenwoordig. Die vraelys is geadministreer deur 'n platform waarmee die studente vertrou is, terwyl die telefoniese onderhoud plaasgevind het op ooreengekome tye wanneer dit geleë was vir respondente. Deelnemers aan die studie was ten volle bewus van die navorsingsprojek, wat nie die resultate behoort te beïnvloed nie, omdat hulle vrywillig kon deelneem.

Nadat die navorsingsontwerp bepaal is, moet daar bepaal word hoe die steekproef geneem gaan word. Vervolgens word die populasie en steekproef bespreek.

4.6 Populasie en steekproef

Die studie het gefokus op eerstejaarstudente aan Akademia, en die data is tussen Junie en Augustus 2020 ingesamel, ná die studente se semestertoetse afgehandel was en voor hulle volgende toetsreeks begin het. Hoewel dit ideaal sou wees om die studie aan die begin van die akademiese jaar reeds tydens oriëntering uit te voer sodat die besluitnemingsproses nog vars in studente se geheue is en die impak van hulle ervaring by die HOI geminimaliseer kan word, was dit nie moontlik om die studie vroeër uit te voer as wat wel gedoen is nie.

Vir die insameling van die kwantitatiewe data is 'n gerieflikheidsteekproef gebruik (Cohen et al., 2018; Pascoe, 2014) deurdat eerstejaarstudente vrywillig via die Spens (Akademia se leerbestuurstelsel) aan die studie kon deelneem. Hierdie is 'n vorm van niewaarskynlikheid steekproefneming (Pascoe, 2014:137), wat gebruik is omdat die gedeelde eienskappe van die groter populasie in ooreenstemming was met die parameters van die navorsing: eerstejaarstudente aan 'n Afrikaanse privaat HOI. Daar is gepoog om 'n redelike groot responskoers te kry om voorsiening te maak vir betroubaarheidstoetse. Vanuit 'n totale populasie van 518 eerstejaarstudente is 350 respondente benodig om 'n 95%-betroubaarheidsvlak en 'n 3%-betroubaarheidsinterval te verseker (Cohen et al., 2018:205-206). Gegewe die beperkinge en uitdagings van 2020, onder andere die Covid-19-pandemie en die tydsberekening van die vraelys, is 'n laer responskoers ontvang as waarvoor gehoop is. Die 132 respondente het egter steeds 'n 7.4%-betroubaarheidsinterval beteken, met 'n 95%-betroubaarheidsvlak (Nel, 2020).

Verdere maatreëls wat onderneem is om metingsfoute te voorkom wat tipies voorkom by niewaarskynlikheid steekproewe (soos gerieflikheidsteekproef) was: respondentfoute is voorkom deur die vraelys gebruikersvriendelik op die Spens beskikbaar te stel; geen vrae wat respondente ongemaklik kon maak, is gevra nie, en kodering en datavasleggingsfoute is voorkom deurdat die data direk vanaf die Spens afgelaai is in 'n formaat wat vir statistiese verwerking gebruik kon word.

Aan die einde van die vraelys is respondente versoek om 'n telefoonnommer te verskaf indien hulle bereid was om vrywillig aan die opvolg-telefoniese onderhoude deel te neem. Uit die 132 respondente het 40 ingestem tot die telefoniese onderhoude. Daar is 'n eenvoudige ewekansige steekproef (Cohen et al., 2018; Pascoe, 2014) uit die populasie van vrywilligers getrek vir die telefoniese onderhoude. Latham (2019) beveel aan dat onderhoude met vyf respondente gevoer word om teoretiese versadiging te bereik waar nuwe respondente nie meer werklik nuwe konsepte of insig tot die studie bydra nie. Op hierdie aanbeveling het die navorser begin deur 20 potensiële respondente te identifiseer vir telefoniese onderhoude uit die populasie van vrywilligers, om voorsiening te maak vir persone wat moontlik nie wou deelneem nie, of nie beskikbaar was vir die onderhoude nie. Die vrywilligers is een na die ander gekontak volgens die ewekansige lys, en wanneer 'n vrywilliger nie geantwoord het nie, is daar na die volgende telefoonnommer beweeg. Hierdie proses is gevolg totdat

sewe onderhoude gevoer is. Aangesien slegs die telefoonnommers van die vrywillige respondente bekend was, is geen ander faktore soos ras, geslag, ouderdom, studierigting, studiesentrum of roostermodel in ag geneem by die keuse van deelnemers nie. Foute in die onderhoude is voorkom deurdat 'n onderhoudsprotokol gevolg is vir al die onderhoude, en die onderhoude opgeneem en getranskribeer is.

Vervolgens word die data-insamelingsinstrumente wat gebruik is, bespreek.

4.7 Data-insamelingsinstrumente

Vir die insameling van data is daar in hierdie studie van beide kwantitatiewe en kwalitatiewe metodes gebruik gemaak. Die kwantitatiewe metodes fokus op groot hoeveelhede inligting wat verkry is uit 'n vraelys wat deur die Spens geadministreer is. Kwalitatiewe metodes poog om diepgaande inligting met meer besonderhede te bekom, en is vir hierdie studie deur telefoniese onderhoude ingesamel.

4.7.1 Kwantitatiewe meetinstrument

Die meetinstrument wat gebruik is vir die kwantitatiewe studie was 'n vraelys wat deur die navorser ontwerp en opgestel is deur Kotler en Fox (1995:8) se 7P's van bemarking as breë raamwerk te gebruik, terwyl die keusefaktore van studente wat in die bespreekte literatuur getoets is, uitgebrei en aangepas is om relevant te wees tot Akademia se unieke konteks. Hierdie opgestelde meetinstrument is vergelyk met die vraelys wat deur Wiese (2008:352-354) gebruik is. Daar was grootliks ooreenstemming tussen die meetinstrumente, met aanpassings vir die konteks van Akademia en die spesifieke navorsingsvraag van hierdie studie, wat bydra tot die betroubaarheid van die meetinstrument. Die finale vraelys wat gebruik is, is in Addendum A aangeheg.

Die vraelys het uit vier afdelings bestaan. Afdeling A van die vraelys het op die demografiese profiel (Addendum A, V2-V16) van respondente gefokus: geslag, ouderdom, huistaal, etnisiteit, provinsie, studiesentrum, hoogste kwalifikasie reeds voltooi, matrikulasiejaar, studierigting, werksituasie en roosteropsie. Die konteks van sekere van hierdie faktore in Akademia is in hoofstuk 2 verduidelik. Aangesien die vraelys nie slegs aan eerstejaars beskikbaar gestel kon word op die Spens nie, is respondente gevra om aan te dui watter jaar hulle eerste jaar van registrasie by Akademia was deur middel van 'n invulvraag. Hiervolgens kon die versamelde data filtreer word om slegs 2020-registrasies se data te gebruik.

Afdeling B het die respondente geleentheid gegee om die belangrikheid van 24 keusefaktore (Addendum A, V17-V40) te evalueer. Sommige van hierdie keusefaktore was:

- beskikbare studierigtings;
- na-uurse studies;
- gehalte van onderrig;
- moontlikheid van 'n beter werk na voltooiing van 'n kwalifikasie;
- geleentheid om in Afrikaans te kan studeer;
- Akademia se reputasie;
- toelatingsvereistes;
- Akademia se unieke leermodel;
- die gevorderde tegnologie waarvan Akademia gebruik maak;
- ligging, algemene indruk en veiligheid van die studiesentrum;
- Akademia se waardes en kultuur;
- studiekoste;
- afbetalingsopsies wat Akademia bied;
- rentevrye studielenings van Helpende Hand;
- die invloed van verskillende persone soos familie en vriende;
- die indruk van Akademia se bemarkings- en administratiewe personeel; en
- gerief van die aanlyn aansoekproses.

'n Vyfpunt Likert-skaal is gebruik om hierdie 24 faktore te evalueer. Die skaal het bestaan uit vyf kategorieë, naamlik:

- Geensins belangrik nie (1);
- Geringe mate belangrik (2);
- Redelik belangrik (3);
- Baie belangrik (4); en

- Uiteens belangrik (5).

Hieruit kon 'n rangorde van keusefaktore bepaal word tydens die ontleding van die data.

Afdeling C het aan respondente die geleentheid gegee om 10 voorafbepaalde keusefaktore (Addendum A, V42-V51) volgens 'n rangorde te sorteer, wat vergelyk kon word met die resultate van Afdeling B.

Afdeling D het gefokus op respondente se blootstelling aan sekere inligtingsbronne en promosiegeleenthede, terwyl Afdeling E gefokus het op die belangrikheid van hierdie inligtingsbronne in hulle keuse van 'n HOI. Sommige van die inligtingsbronne wat hier gelys was, is:

- opedae en inligtingsessies;
- stalletjies by feeste en ekspo's;
- kontak met studenteadvisers deur skoolbesoeke of ander metodes;
- webwerf;
- brosjure;
- sosiale media soos Facebook of Instagram;
- nuusbriewe;
- sms'e
- radioadvertensies of -onderhoude;
- koerant- of tydskrifadvertensies; en
- persoonlike bronne soos huidige studente en familie of vriende.

Die belangrikheid van hierdie inligtingsbronne in die respondente se keuse van HOI is ook aangedui deur van 'n 5-punt Likert-skaal gebruik te maak. Die skaal het bestaan uit vyf kategorieë, naamlik:

- Geensins belangrik nie (1);
- Geringe mate belangrik (2);
- Redelik belangrik (3);

- Baie belangrik (4); en
- Uiters belangrik (5).

Konstruktiviteit vir die vraelys is versterk deurdat daar 'n logiese verhouding tussen die veranderlikes was wat in elke afdeling ondersoek is (Babbie & Mouton, 2001:123).

Die kwantitatiewe meetinstrument is elektronies opgestel op die Spens deur gebruik te maak van een van Moodle se beskikbare instrumente. Eerstejaarstudente van Akademia het vir 'n beperkte periode van 11 weke toegang tot die vraelys gehad en is gevra om dit vrywillig te voltooi. Die navorser het studente uitgenooi om die meetinstrument te voltooi deur 'n boodskap aan die potensiële populasie te stuur met 'n skakel na die vraelys. Responskoerse is gemonitor en weeklikse opvolgbodskappe is gestuur totdat 'n aanvaarbare aantal respondente verkry is, wat voldoende sou wees vir sinvolle statistiese verwerkings.

4.7.2 Kwalitatiewe meetinstrument

In hierdie twee-fase navorsingsontwerp dien die kwalitatiewe studie as uitbreiding en verdieping van die resultate wat in die kwantitatiewe studie verkry is. Vir die kwalitatiewe studie is daar 'n onderhoudsprotokol opgestel (verwys na Addendum B), waarvolgens deelnemers hoofsaaklik een oop vraag moes beantwoord. Daar is ook verdere vrae, gebaseer op Kotler se vyffase-verbruikersbesluitnemingsproses (Kotler & Fox 1995:251), wat gebruik kon word om deelnemers aan te moedig om uit te brei oor die proses indien hulle nie genoegsame inligting verskaf het in antwoord op die eerste vraag nie.

Die kwalitatiewe onderhoude is na afloop van die dataverwerking en -ontleding van die kwantitatiewe studie uitgevoer sodat die resultate van die kwantitatiewe studie in ag geneem kon word. Die navorser het persoonlik telefoniese onderhoude gevoer met die sewe deelnemers wat vanuit die vrywilligers geïdentifiseer is. Die onderhoude is opgeneem en later getranskriebeer. Om geloofwaardigheid in kwalitatiewe data te verseker, stel Shenton (2004:66) voor dat die deelnemers geleentheid gegun word om te weier om deel te neem aan die onderhoude, en ook van die begin af aangemoedig word om eerlik en vrylik te antwoord, soos in die inleiding van die onderhoudsprotokol aan deelnemers gekommunikeer is.

Opvolgend tot die eerste oop vraag, is verdere vrae geformuleer wat gefokus het op seker aspekte van Kotler se vyffase-verbruikersbesluitnemingsproses (Kotler & Fox, 1995:251). Die deelnemers se terugvoer hierop kon geverifieer word met die terugvoer op die oop vraag om geloofwaardigheid te verseker (Shenton, 2004:67). Verder is daar 'n duidelike uiteensetting beskikbaar van die metodologie wat gevolg is vanuit die konteks van die studie (Anney, 2014; Shenton, 2004), en nadenkende kommentaar deur die navorser gedurende die kwalitatiewe studie (Anney, 2014; Shenton, 2004), wat bydra tot die geloofwaardigheid en betroubaarheid van die studie.

4.8 Insameling van die data

Voordat die data-insamelingsproses kon begin, moes die nodige toestemming eers verkry word. Eerstens is etiese klaring vir die navorsingsprojek van die Universiteit van Stellenbosch se Navorsingsetiekkomitee verkry. Daarna is institusionele toestemming vir die studie gegee deur die bestuur van Akademia. Elke respondent het ook ingestem tot die studie deur die “Gaan Voort”-knoppie te klik nadat hulle die nodige inligting deurgelees het. Duidelike instruksies oor hoe om elke vraag te beantwoord is telkens gegee, en die kontakbesonderhede van die navorser was beskikbaar indien daar enige vrae sou wees oor die vraelys. Met voltooiing van elke vraelys is die data elektronies gestoor. Die vraelys is oor 'n tydperk van 11 weke tussen Junie en Augustus voltooi – 'n tydperk waar studente klasaanbiedinge gehad het en dus gereeld die Spens gebruik het. Aan die einde van die vraelys kon studente hulle telefoonnommers verskaf indien hulle bereid was om deel te neem aan die telefoniese onderhoud.

Met die aanvang van elke onderhoud is die deelnemer ingelig waarom hy/sy geskakel word, en die navorser het ook verseker dat dit 'n geleë tyd was vir die deelnemer, voordat die inligting aangaande die doel van die oproep deurgegee is en die deelnemer verbaal moes instem om voort te gaan met die onderhoud. Tydens die onderhoud het die navorser notas geneem, en die onderhoud is ook opgeneem sodat hulle later getranskribeer en gekodeer kon word. Met die beantwoording van oop vrae is dit belangrik dat 'n goeie rekord van die antwoorde gehou word, presies soos wat dit gegee is, aangesien die onderhoudvoerder nie noodwendig vooraf weet hoe die antwoorde gekodeer gaan word nie (Babbie & Mouton, 2001:253). Dit is ook nodig om verbatim aanhalings van die deelnemers te kan gebruik om die analise te versterk, en daarom is die opsie van opname en transkripsie verkies.

Nadat data ingesamel is, moes dit verwerk word. Die volgende afdeling beskryf die prosedures wat gebruik is om die data te verwerk.

4.9 Dataverwerking en -analise

Omdat die studie beide kwantitatiewe en kwalitatiewe data ingesamel het, word die verwerking en analise van die verskillende datastelle afsonderlik bespreek.

4.9.1 Kwantitatiewe dataverwerking en -analise

Die data wat vanuit die opname verkry is, is volledig voltooi en daar was slegs een respondent wat die jaar van registrasie as “20” voltooi het in plaas van “2020” – dit is reggestel op die sigblad van data. Geen onvolledige vraelyste is ontvang nie en dus was dit nie nodig om enige vraelyste buite rekening te laat nie. Die data is filtreer om slegs die resultate van eerstejaarstudente te vertoon. Dit het beteken dat 132 respondente se data bruikbaar was.

Uit die aard van die metode wat gebruik is om die data in te samel was die kodering van die data ook reeds gedoen in die data wat afgelaai is vanaf die Spens. Hierdie metode van voorafkodering spaar tyd en geld en verminder die kanse van koderingsfoute. Dit beteken ook dat data direk afgelaai kon word vanaf die Spens in 'n MS Excel-sigblad, wat deur die navorser nagegaan is vir enige foute of uitskietdata.

Die ontleding van die kwantitatiewe data is met ondersteuning van 'n onafhanklike statistikus gedoen om te verseker dat die regte tegnieke en statistiese verwerkings gebruik is om die data te analiseer en te interpreteer (Cohen et al., 2018:18). Die MS Excel-sigblad is met behulp van Statistica ('n data-analise sagteware sisteem), weergawe 13, verwerk en ontleed. Opsommende statistiek is gebruik om die veranderlikes te beskryf.

Verspreidings van veranderlikes word verteenwoordig deur figure of frekwensietabelle (in hoofstuk 5). Mediane en gemiddelde is gebruik as metings van die sentrale ligging vir ordinale en nominale data en standaardafwykings as aanduiders van die verspreiding. Die standaardafwyking meet die verspreiding van data om die gemiddeld, wat aandui dat, as die punte naby die gemiddeld is, is die standaardafwyking laag of klein (wat ooreenstemming of konsekwentheid aandui), en as die punte ver van die gemiddeld is, is die standaardafwyking hoog (wat verskille of inkonsekwentheid aandui) (Khan, 2019:213). Tabele en grafieke word in hoofstuk 5 gebruik om die data te verduidelik.

Verhoudings tussen twee ordinale veranderlikes is geanaliseer met regressie-analises en die krag van die verhoudings is met Pearson-korrelasies gemeet, of met Spearman-korrelasies as die ordinale veranderlikes nie normaal versprei was nie (Cohen et al., 2018:746). Om een ordinale veranderlike se resultaat in verband te bring met verskeie ander ordinale insetveranderlikes, is meervoudige regressie-analises gebruik en die krag van die verhouding is met meervoudige korrelasie gemeet.

Die verhouding tussen ordinale veranderlikes se resultate en nominale insetveranderlikes is deur 'n gepaste analise van variansie (*analysis of variance* – ANOVA) geanaliseer. Daarna is t-toetse gebruik om die gemiddelde tussen twee groepe te vergelyk, om die aanname dat die gemiddeld van twee groepe dieselfde is, te bevestig of te verwerp.

'n p-Waarde van $p < 0.05$ word beskou as statisties betekenisvol in hipotesetoetse en 95%-betroubaarheidsvlak is gebruik om die beraming van onbekende parameters te beskryf. Die data wat ingesamel is uit die opname gee 'n aanduiding van die faktore wat studente se keuse om by Akademia te studeer, beïnvloed, en ook watter inligtingsbronne gebruik is in studente se keuse van 'n HOI. Die analise van die data word in hoofstuk 5 bespreek deur gebruik te maak van beskrywende statistiek soos tabelle en grafieke.

4.9.2 Kwalitatiewe dataverwerking en analise

Die kwalitatiewe data is deur 'n tematiese inhoudsanalise gekodeer en ontleed vir ooreenkomste, verskille en moontlike patrone in die besluitnemingsproses. Inhoudsgeldigheid, die mate waartoe 'n meting die reeks van betekenisse wat in die konsep vasgevang is dek, is hierdeur bepaal (Babbie & Mouton, 2001:111). Die afdelings wat in die onderhoudsprotokol uiteengesit is, vorm die basis vir hierdie kodering, byvoorbeeld bewuswording, bron van inligting en rolspelers. Die gekodeerde data is geanaliseer, byvoorbeeld watter bronne van inligting die meeste gebruik is en watter persone die grootste rol speel in studente se besluitnemingsproses. Hierdie analise is ook met die resultate van die kwantitatiewe studie vergelyk sodat 'n geheelprentjie gevorm kon word. Die navorser was bedag daarop om die deelnemers se perspektiewe getrou weer te gee (Cohen et al., 2018:247).

Daar is ook gepoog om 'n besluitnemingsproses te identifiseer vanuit die data wat ingesamel is. Die resultate van die kwalitatiewe studie gee 'n aanduiding van die besluitnemingsproses wat studente gevolg het in hulle keuse om by Akademia te studeer. Moontlike ooreenkomste of verskille met Kotler se vyffase-verbruikersbesluitnemingsproses (Kotler & Fox, 1995:251) kan hieruit gesien word (hoofstuk 5). Die studie was dus deduktief in die sin dat 'n bestaande teorie gebruik is as die basis van die onderhoudsprotokol, en die bevindinge van die kwalitatiewe data het gedien as bevestiging van die teorie (Bezuidenhout, 2014:49). Daar is egter induktief met die data wat ingesamel is te werk gegaan, deurdat die besluitnemingsproses wat deur respondente geskets is, ontleed is vir ooreenkomste en verskille, waaruit 'n ooreenkomstige proses vir die respondente vasgestel is (Bezuidenhout, 2014:49). Die pragmatiese paradigma maak voorsiening vir hierdie kombinasie van deduktiewe en induktiewe beredenering. Die resultate van die navorsing gee 'n aanduiding van die faktore wat studente motiveer om by 'n Afrikaanse privaat hoërsonderwysinstelling te studeer.

4.10 Etiese oorwegings

Etiese oorwegings het te doen met wat goed en sleg, reg en verkeerd is, en in navorsing moet die navorser hierop bedag wees in hulle gedrag en die uitvoering van die navorsing self (Cohen et al., 2018:111). As deel van die Universiteit Stellenbosch se proses om te verseker dat navorsing aan etiese standaarde voldoen, moes etiese klaring vir hierdie studie verkry word by die Navorsingsetiekkomitee. Die goedkeuringsbrief wat verkry is, is in Addendum C van hierdie studie aangeheg. Die navorsingsontwerp en -instrumente van die studie het die navorser toegelaat om voort te gaan met data-insameling ten spyte van die Covid-19 pandemie, omdat die ontwerp van die begin af opgestel was om respondente wat versprei is oor die land te bereik sonder dat fisiese kontak met die navorser nodig was. Daar was dus geen buitengewone etiese oorwegings aangaande die Universiteit Stellenbosch se protokol in hierdie verband wat die navorser in ag moes neem nie. Privaatheid en die reg op privaatheid is 'n basiese reg van mense en 'n belangrike etiese oorweging in navorsing (Cohen et al., 2018:128). Dit hou verband met anonimiteit, vertroulikheid en oorwoë toestemming (*informed consent*) (Cohen et al., 2018:128). Privaatheid hou ook verband met die sensitiwiteit van die inligting wat van die respondent gevra word, en hoe meer sensitief die inligting is (byvoorbeeld oor geloof, inkomste en etnisiteit), hoe

groter is die behoefte aan privaatheid vir respondente (Cohen et al., 2018:129). Omdat inligting in die studie gevra is wat deur deelnemers as sensitiewe inligting beskou kon word, het respondente die geleentheid gehad om, eerstens vrywillig aan die studie deel te neem, en tweedens enige tyd van die studie te onttrek. Indien respondente van die studie sou onttrek, sou alle inligting wat tot op daardie stadium van hulle ingesamel is, uit die datastel verwyder word. Daar was egter geen respondente wat van die studie onttrek het nie.

Anonimiteit verseker privaatheid indien die inligting wat deur die respondent gegee word op geen wyse hulle identiteit bekend maak nie (Cohen et al., 2018; Louw, 2014). Die vraelys is anoniem deur studente voltooi. Die identiteit van respondente kon nie uit die antwoorde afgelei word nie, en alle data wat deur die vraelyste ingesamel is, is vertroulik hanteer. Respondente het die keuse gehad om hulle telefoonnommers aan die einde van die vraelys te verskaf om sodoende vrywillig aan die telefoniese onderhoud te neem. Dit was nodig om die navorser in staat te stel om die opvolgende kwalitatiewe navorsing te onderneem. Anonimiteit by die keuse van deelnemers is steeds behou deurdat slegs die telefoonnommer verskaf is, en geen ander persoonlike inligting ingewin is nie.

Ten einde 'n rapport met die deelnemers aan die onderhoud te bewerkstellig en hulle op hulle gemak te stel, is die telefoniese onderhoud begin met enkele vrae oor die deelnemer se ouderdom, vir watter program hulle geregistreer is, en of hulle werkend is of nie. Alhoewel die telefoniese onderhoud dus nie anoniem was nie, is die inligting steeds vertroulik hanteer (Louw, 2014:267). Verder is die data wat deur die onderhoud ingesamel is, nie van 'n sensitiewe aard, indringend of intiem nie. Om te voorkom dat enige menings of vooropgestelde idees van die navorser in die verkennende gesprekke oorgedra is, het die navorser van 'n onderhoudsprotokol as riglyn gebruik gemaak wat die deelnemers die geleentheid gebied het om dieselfde vrae te beantwoord, maar ook ruimte gebied het vir elkeen om hulle persoonlike situasie te skets sonder druk of invloed van die navorser. Daar is ook gewaak daarteen om persoonlike sienings of voorkeure in die transkripsie of kodering van die kwalitatiewe data weer te gee.

Een van die aspekte wat aangaande etiek in navorsing uitgelig word, is die aspek van oorwoë toestemming (Cohen et al., 2018; Louw, 2014). Vir beide die kwalitatiewe en

kwantitatiewe dataversameling is die respondente ingelig oor die doel en gebruik van die studie, en is toestemming deur die respondente verkry vir deelname aan die studie.

4.11 Rol van die navorser in die ondersoek

Een van die etiese kwessies waaroor Louw (2014:269) waarsku, is die rol van die navorser in die navorsing. Juis omdat die navorser as praktisyn in die bemarkingsafdeling van Akademia funksioneer, was dit vir die navorser belangrik om betroubare, akkurate inligting te verkry. Die pragmatiese belang wat die navorser by die studie gehad het, het nie die wetenskaplike bydrae van die studie oorheers nie, en daar is deurgaans aan die nodige beginsels voldoen om dit te verseker.

Die rol van die navorser tydens die kwantitatiewe studie was beperk tot die opstel van die vraelys op die Spens, en die monitering van die aantal respondente op 'n gereelde basis. Die inligtingstuk wat die vraelys voorafgegaan het, het wel die navorser geïdentifiseer, sowel as die doel van die navorsing uiteengesit. Uitnodigings en boodskappe aan studente om hulle te herinner om deel te neem aan die navorsing is vanaf Akademia se sentrale sisteem gestuur.

Met die telefoniese onderhoude het die navorser haarself telkens voorgestel aan die respondente om 'n beter rapport te vestig vir die onderhoude, en die rede vir die navorsing is ook verduidelik in die toestemmingsklousule van die telefoniese onderhoude. Die verbatim transkribering van die klankopnames van die onderhoude is deur 'n onafhanklike persoon gedoen, terwyl die kodering van die transkripsies deur die navorser self voltooi is aan die hand van die literatuur wat in hoofstuk 3 bespreek is. In die ontleding van beide die kwalitatiewe en kwantitatiewe data het die navorser objektiwiteit behou deur op die feite te fokus. Die proses wat deur die navorser gevolg is en die bevindinge is ook deurlopend deur die studieleier begelei en gekontroleer.

4.12 Betroubaarheid en geldigheid van die navorsing

In navorsing is dit belangrik dat die bevindinge vertrou kan word, en om daardie rede word die betroubaarheid en geldigheid van die navorsing op verskillende maniere versterk (Koonin, 2019:253). In hierdie studie is dit op die volgende maniere gedoen.

Die vraelys wat gebruik is, is relevant en gepas vir die navorsingsprobleem en –vrae, en stem ooreen met vraelyste van soortgelyke studies (onder andere Wiese, 2008). Die kategorieë in die vraelys is ook ooreenstemmend met die navorsingsvrae wat gerig is. Hoewel daar nie voortoetsing van die vraelys plaasgevind het nie, is die

vraelys nagegaan deur die studieleier voordat dit op die studente toegepas is. Die elektroniese vraelys is ook getoets om regstellings te kontroleer voordat dit aan die studente beskikbaar gemaak is om te beantwoord. Cronbach alfa-betroubaarheid vir Afdeling B van die kwantitatiewe studie is as 0.88 bepaal, wat aandui dat die metingskaal 'n aanvaarbare vlak van interne konsekwentheid het. Die responskoers wat behaal is, het ook 'n 95%-betroubaarheidsvlak gehad, met 'n betroubaarheidsinterval van 7.4%, en kan daar dus met 95% sekerheid bepaal word dat die bevindinge in 'n 7.4% variansie-omvang sal val (Cohen et al., 2018:205). Dit is aanvaarbare resultate om die betroubaarheid van die navorsing te bevestig.

Kwaliteit in die onderhoude is verseker deur 'n onderhoudsprotokol te volg sodat die navorser se gesprek met elke deelnemer dieselfde formaat kon aanneem, en ook deurdat die oproepe opgeneem en getranskribeer is. Kodering kon dus maklik en korrek plaasvind en die navorser het die geleentheid gehad om weer na die oorspronklike onderhoude te kon luister om die werklike konteks van die terugvoer weer te gee. Deelnemers is ingelig oor die posisie van die navorser, en het die geleentheid gehad om enige tyd die onderhoud te staak indien hulle nie gemaklik gevoel het met die aard van die vrae nie. Die strekking van die vrae was egter nie van so 'n persoonlike aard dat die navorser probleme hiermee ervaar het nie.

4.13 Slotperspektief

Hierdie hoofstuk stel die empiriese komponent van die studie bekend waarop die data-analise (hoofstuk 5) en aanbevelings en implikasies (hoofstuk 6) vervolgens voortbou. In hierdie hoofstuk is aangetoon dat die hoofokus van die studie was om te bepaal wat die faktore is wat studente motiveer om by 'n Afrikaanse privaat HOI te studeer. Hierdie doelstelling kon verwesenlik word deur drie navorsingsvrae te beantwoord wat fokus op die keusefaktore, inligtingsbronne en die besluitnemingsproses van studente by Akademia.

Die studie verleen sigself tot 'n pragmatiese paradigma deurdat 'n praktykgerigte probleem opgelos moet word. Die benadering was probleemgesentreerd en het staatgemaak op gemengde-metode-navorsing deur die geskikste kombinasie van kwantitatiewe en kwalitatiewe data-insamelingsmetodes te kies. Vir hierdie studie is daar besluit om 'n opeenvolgende verduidelikende strategie te volg deurdat die kwantitatiewe data eerste versamel is. Dit is gedoen deur 'n vraelys wat aanlyn (op die

Spens) aan die eerstejaarstudente van Akademia beskikbaar gestel is en deur die Spens geadministreer is. Die Spens is gekies as platform omdat dit die nodige funksionaliteit gebied het, en ook 'n platform is waarmee studente vertrouwd is. Sodoende is die moontlikheid van foutiewe inligting as gevolg van tegnologiese uitdagings vir die deelnemers verminder. Voldoende deelname vir statistiese berekeninge is hiermee behaal, en die data aangaande die keusefaktore en inligtingsbronne van studente is verkry.

Deur die kwantitatiewe navorsing is vrywilligers verkry wat ook aan die kwalitatiewe studie, in die vorm van telefoniese onderhoude, deelgeneem het. Telefoniese onderhoude is gebruik omdat die deelnemers nie op een sentrale plek was nie; persoonlike kontak as gevolg van die COVID-19-pandemie nie moontlik was nie; en ook omdat dit gerieflik was vir beide navorser en deelnemers. Verder het dit ook die deelnemers se privaatheid beskerm deurdat slegs hulle telefoonnommer vooraf aan die navorser bekend was. Die vertroulikheid van data is te alle tye gehandhaaf en objektiwiteit in die ontleding van die kwalitatiewe data is verseker deur verbatim transkripsies van die onderhoude wat aan die hand van Kotler se vyffase-verbruikersbesluitnemingsmodel en Kotler en Fox se 7P's van bemaking, soos in hoofstuk 3 uiteengesit, gekodeer is. Die derde navorsingsvraag is deur die kwalitatiewe data beantwoord en die besluitnemingsproses van Akademia-studente kon bepaal word.

Die data-insamelingsmetodes wat gebruik is, is gekies op grond van die geskiktheid daarvan om die data wat nodig was om die navorsingsprobleme te beantwoord, in te samel. Ander faktore wat in ag geneem is, is gebruikersvriendelikheid, koste en gerief. Die data-insameling van die studie is teen die einde van Augustus 2020 voltooi. Nadat die data ingesamel is, is dit voorberei vir analise deur beskrywende statistieke en parametriesse toetse. Die analise van die data word in hoofstuk 5 uiteengesit en die bevindinge in hoofstuk 6.

Hoofstuk 5

Navorsingsresultate en bevindinge

5.1 Inleiding

In hierdie hoofstuk word die empiriese data wat ingesamel is, ontleed en bespreek. Die hoofstuk begin deur die navorsingsdoelstelling en -doelwitte weer te gee, waarna die kwantitatiewe data bespreek word, insluitend die responskoers en 'n demografiese profiel van die respondente. Die bevindinge aangaande die belangrikheid van keusefaktore en inligtingsbronne word ook uiteengesit. Daarna volg 'n bespreking van die kwalitatiewe data wat 'n demografiese profiel van die deelnemers en 'n uiteensetting van die besluitnemingsproses van Akademia-studente, insluit. Die slotperspektief bepaal of die navorsingsdoelwitte bereik is.

5.2 Navorsingsdoelstelling en -doelwitte

Die doelstelling van die studie was om ondersoek in te stel na die faktore wat studente motiveer om by 'n Afrikaanse privaat HOI te studeer.

Die doelwitte van die studie is in die vorm van drie navorsingsvrae gestel, naamlik:

- Watter faktore beïnvloed studente se keuse om by Akademia te studeer?
- Watter inligtingsbronne het Akademia-studente gebruik in hulle keuse van 'n HOI?
- Wat behels die besluitnemingsprosesse van Akademia-studente?

Hierdie hoofstuk het ten doel om die drie navorsingsvrae te beantwoord deur middel van die interpretasie van die kwantitatiewe en kwalitatiewe data wat ingesamel is, en so die doelstelling van die studie te verwesenlik.

5.3 Bespreking van kwantitatiewe data

Kwantitatiewe data is ingesamel deur middel van 'n opname onder Akademia-eerstejaarstudente. Die tabelle en grafieke in hierdie afdeling rapporteer die bevindinge van die beskrywende statistiese analise wat onderneem is om die resultate van al die vrae in die vraelys te ontleed (verwys na Addendum A vir die vraelys). Die eerste afdeling skets 'n profiel van die respondente deur die resultate van demografiese inligting van Afdeling A in die vraelys weer te gee. Die tweede deel ontleed die resultate van die belangrikheid van keusefaktore (Afdeling B) en 'n

rangorde van die belangrikste keusefaktore (Afdeling C). Laastens word daar gekyk na die blootstelling aan inligtingsbronne (Afdeling D) en die belangrikheid van hierdie inligtingsbronne in die besluitnemingsproses (Afdeling E). Alle persentasies in die beskrywende data-afdeling word afgerond tot 'n heelgetal met geen desimale nie. Geen onvolledige vraelyste is ontvang nie, en geen vrae is onvolledig beantwoord nie. Al die data wat deur die opname ingesamel is, kon dus ingesluit word in die analise.

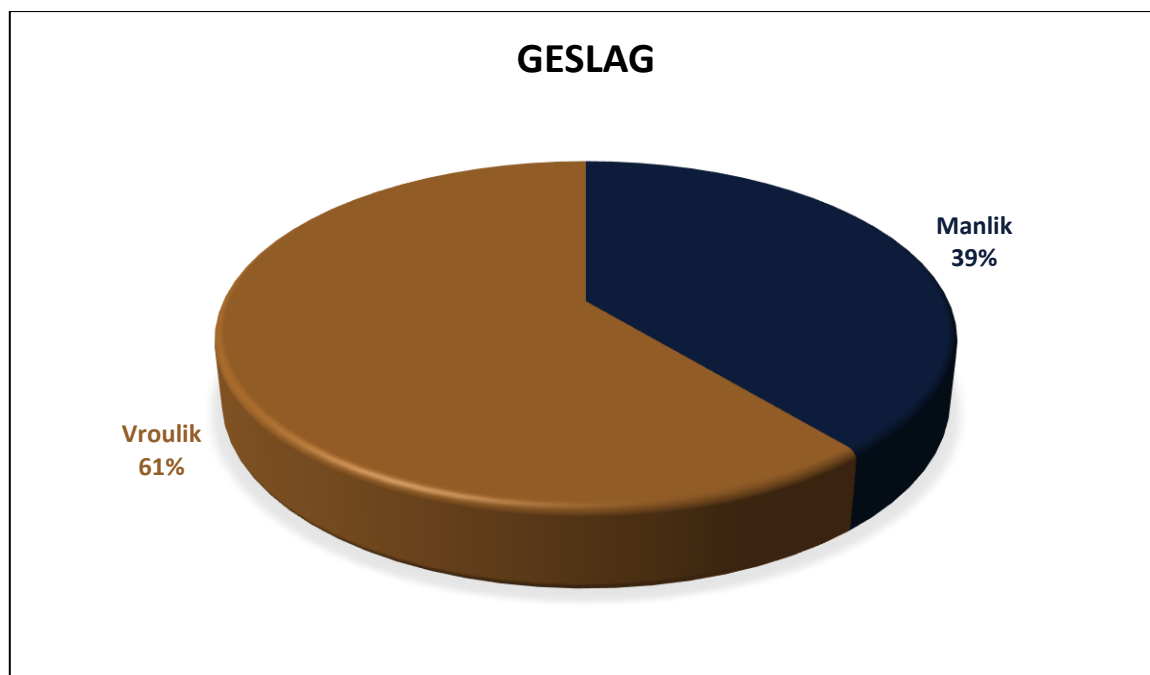
5.3.1 Responskoers

Die vraelys is vanaf 18 Mei tot 31 Julie 2020 op Akademia se leerbestuurstelsel, die Spens (sien hoofstuk 2), beskikbaar gestel. Hoewel die vraelys oop was vir enige student om te voltooi, is slegs respondente wat aangedui het dat 2020 hulle eerste jaar van registrasie by Akademia was, se vraelyste gebruik vir die ontleding. Vanuit die 518 eerstejaars het 132 studente die vraelys voltooi. Dit beteken 'n responskoers van 25%. Dit is 'n aanvaarbare responskoers vir hierdie soort opname, en het ook genoeg data opgelewer om statistiese verwerking van die data sinvol te maak. Die funksionaliteit wat op die Spens gebruik is, het beteken dat daar baie min redigering en kodering nodig was voordat die data verwerk kon word deur die statistikus.

5.3.2 Demografiese profiel van respondente

Afdeling A van die vraelys (vrae 1 tot 12) het gefokus op respondente se persoonlike besonderhede. Dit is gedoen om insig te verkry in die demografiese profiel van eerstejaarstudente by 'n Afrikaanse privaat HOI. Hierdie besonderhede sluit inligting in oor geslag, ouderdom, huistaal, etnisiteit, provinsie, studiesentrum, studierigting en werksituasie. Die resultate word weergegee in die grafieke en tabelle hieronder.

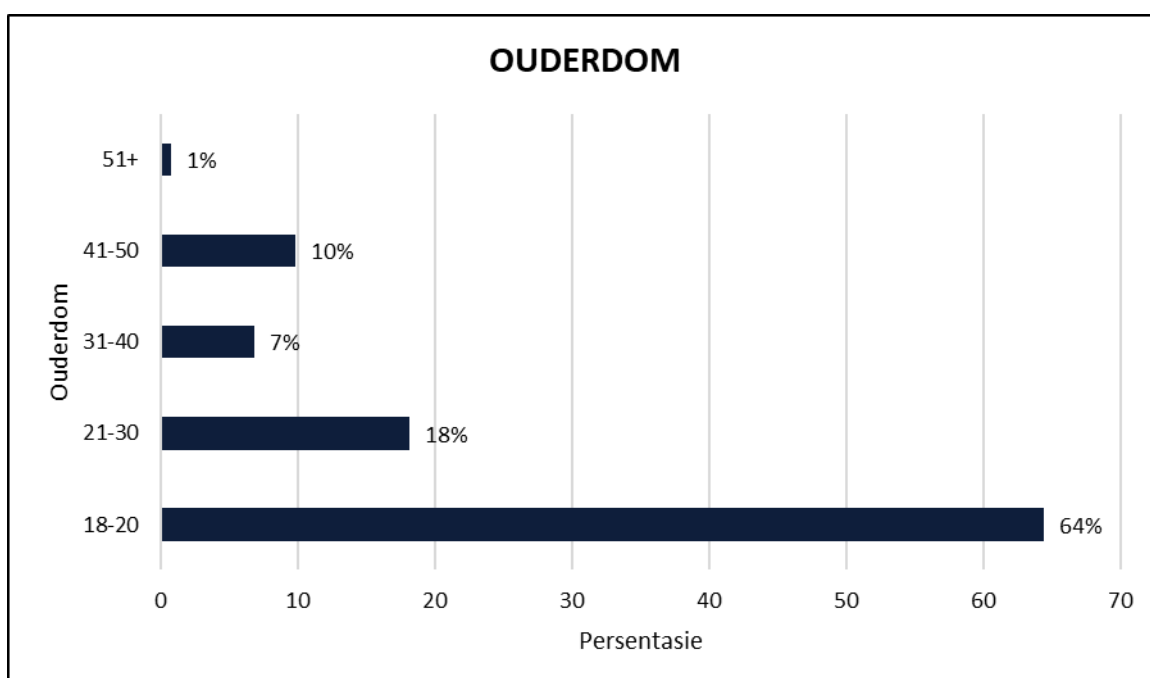
Figuur 5.1 verteenwoordig die geslagsverspreiding van respondente (vraag 1).



Figuur 5.1: Geslag van respondente

Figuur 5.1 dui aan dat van die 132 respondente 61% (81) vroulik en 39% (51) manlik was. Dit verskil van die geslagsverspreiding van alle Akademia-studente wat tans uit 49% manlike en 51% vroulike studente bestaan, met 'n sterker verteenwoordiging van vroulike studente in respondente van hierdie opname.

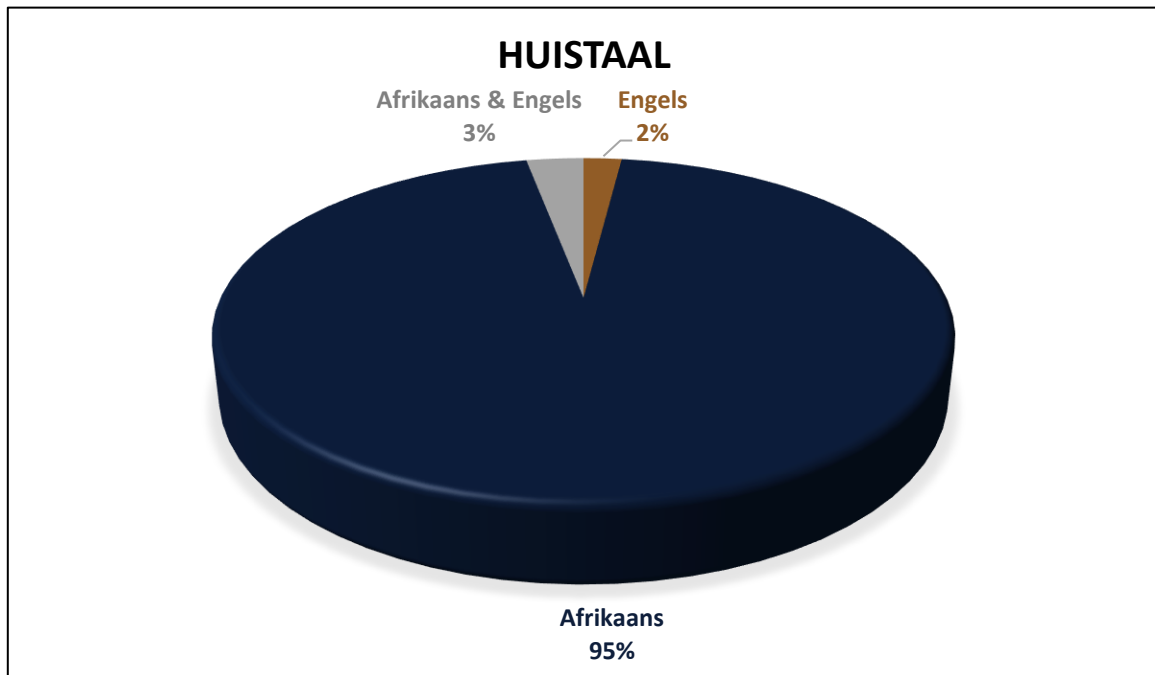
Die ouderdomverspreiding van respondente (vraag 2) word uitgebeeld in figuur 5.2.



Figuur 5.2: Ouderdom van respondente

Die gemiddelde ouderdom van die 132 respondente is 24 jaar. Vanuit figuur 5.2 is dit duidelik dat die meerderheid (64%) van die respondente tussen die ouderdomme 18-20 jaar is wat ooreenstem met die tradisionele beskouing van 'n eerstejaarsgroep. Die grafiek toon egter ook Akademia se fokus op twee markte – die werkende mark en skoolverlaters. Ses-en-dertig persent (36%) van die respondente is tussen 21 en 51 jaar oud.

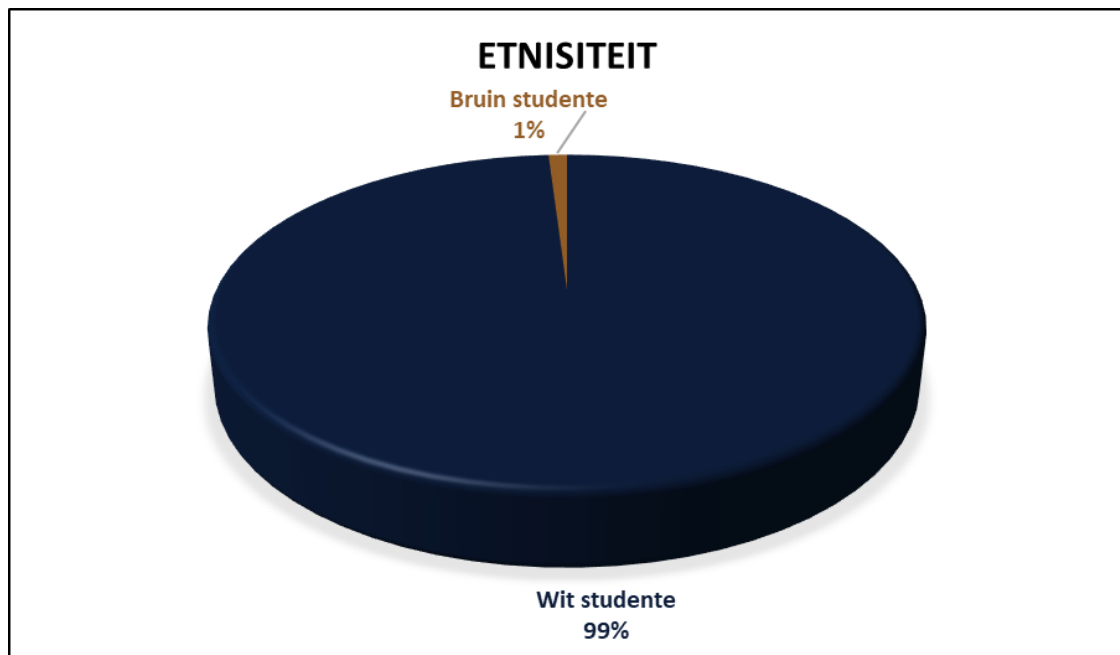
Figuur 5.3 verteenwoordig die huistaal van die respondente (vraag 3 in die vraelys).



Figuur 5.3: Huistaal

Die meerderheid (95%) van die respondente se huistaal is Afrikaans, terwyl 3% beide Afrikaans en Engels en 2% slegs Engels as huistaal aangedui het. Hierdie resultate is ooreenstemmend met die feit dat Akademia 'n **Afrikaanse** privaat HOI is.

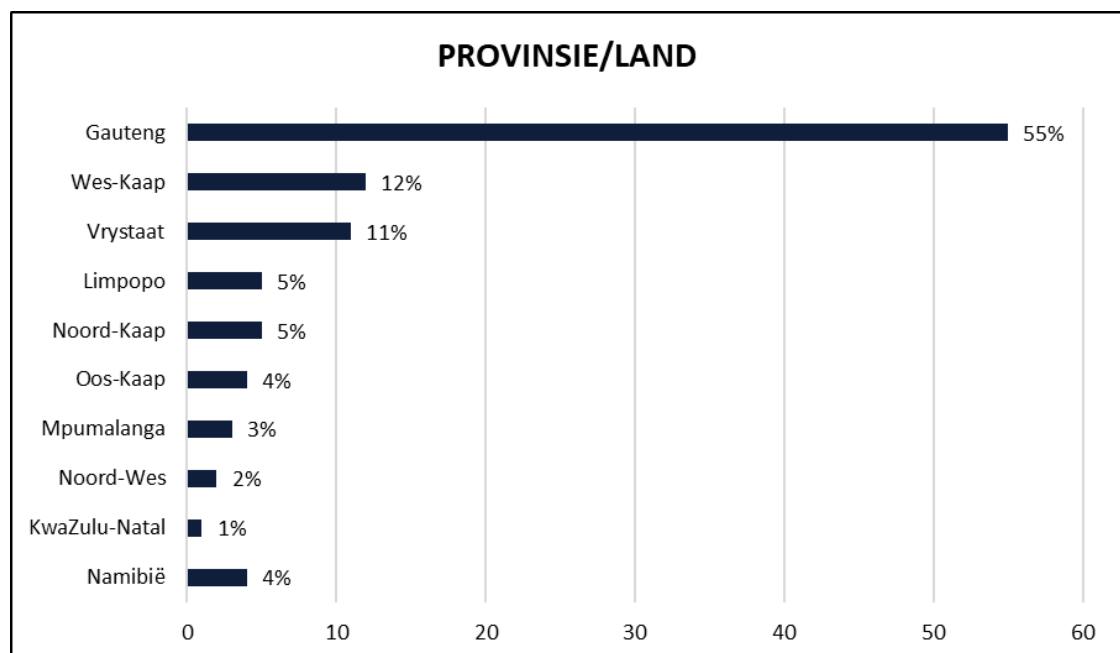
Figuur 5.4 dui die etnisiteit (vraag 4) van die respondente aan.



Figuur 5.4: Etnisiteit

Die etnisiteit die respondente is hoofsaaklik wit studente (99%), terwyl 1% van die respondente bruin studente is. Hierdie etniese verteenwoordiging hou waarskynlik verband met Akademia se onderrigtaal, wat Afrikaans is.

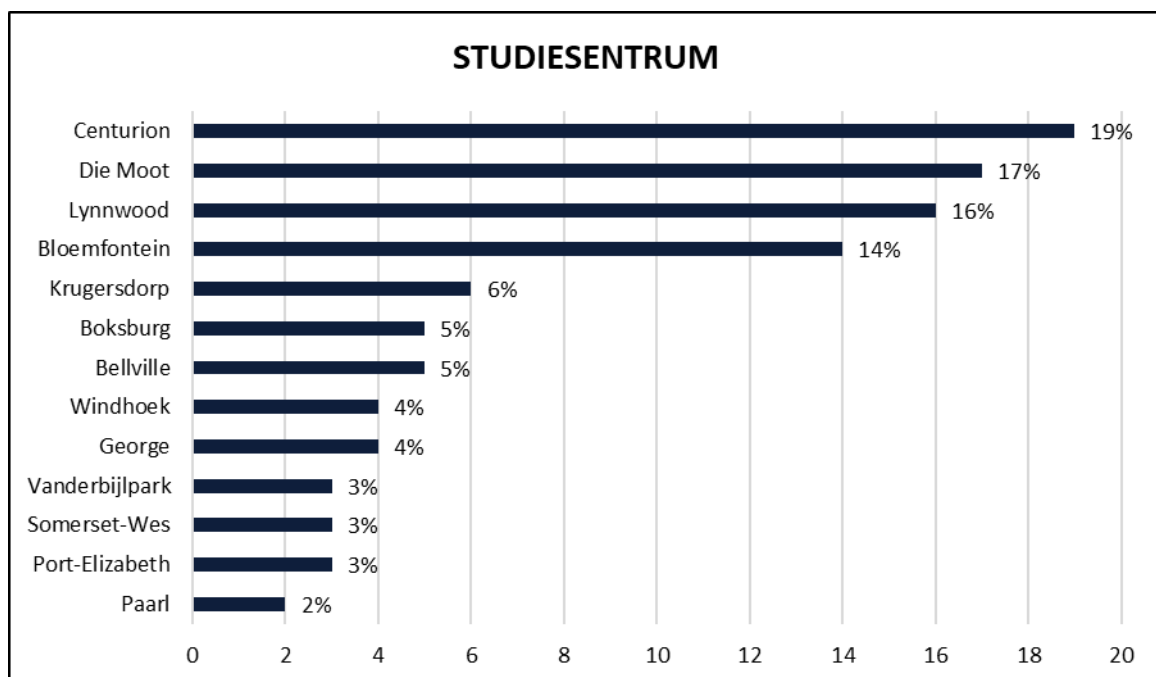
Die provinsie of land waarin die respondente woon (vraag 5), word deur figuur 5.5 voorgestel.



Figuur 5.5: Provinsie/land waar respondente woon

Vanuit figuur 5.5 kan gesien word dat 55% van Akademia se respondente in Gauteng woon, terwyl 12% in die Wes-Kaap en 11% in die Vrystaat woon. (Hierdie is die drie provinsies waarin 10 van Akademia se studiesentrums is – een in Bloemfontein, vier in die Wes-Kaap [Bellville, George, die Paarl en Somerset-Wes] en ses in Gauteng [Boksburg, Centurion, Krugersdorp, Lynnwood, die Moot en Vanderbijlpark].) Daar is ook studiesentrums in Windhoek (Namibië) waar 4% van die respondente woon, en in Port Elizabeth (Oos-Kaap) waar ook 4% van die respondente woon. Areas waar geen studiesentrums is nie, waar respondente wel woon, is Noord-Wes (2%), Noord-Kaap (5%), Mpumalanga (3%), Limpopo (5%) en KwaZulu-Natal (1%). Hierdie studente is moontlik op die blokkrooster, of pendel na studiesentrums soos nodig.

Figuur 5.6 gee 'n aanduiding van die studiesentrums waar die respondente geregistreer is (vraag 6).

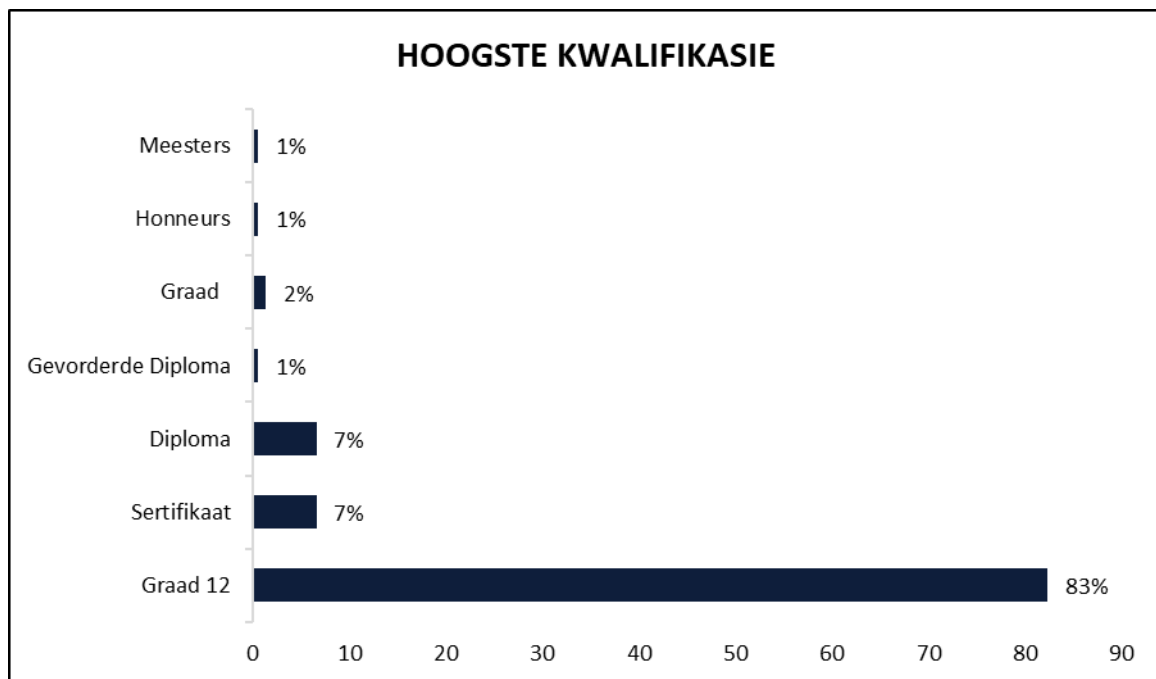


Figuur 5.6: Studiesentrums waar respondente geregistreer is

Ooreenstemmend met die provinsies in figuur 5.5, dui figuur 5.6 aan dat die grootste meerderheid respondente (66%) van studiesentrums in Gauteng gebruik maak, moontlik ook omdat 6 van die 13 studiesentrums in Gauteng geleë is. Hierdie studiesentrums is Centurion (19%), die Moot (17%), Lynnwood (16%), Krugersdorp (6%), Boksburg (5%) en Vanderbijlpark (3%). Die volgende groep studiesentrums is almal in die Wes-Kaap: Bellville (5%), George (4%), Somerset-Wes (3%) en Paarl (2%). Veertien persent (14%) van die respondente het van die

Bloemfontein-sentrum in die Vrystaat gebruik gemaak. Die oorblywende studiesentrums is Windhoek in Namibië met 4% van die respondente en Port-Elizabeth in die Oos-Kaap met 3%. Waar teenstrydighede tussen die data in figuur 5.5 en figuur 5.6 voorkom, kan dit verklaar word deurdat daar studente is wat in een provinsie woon, maar klasse by 'n studiesentrum in 'n ander provinsie bywoon.

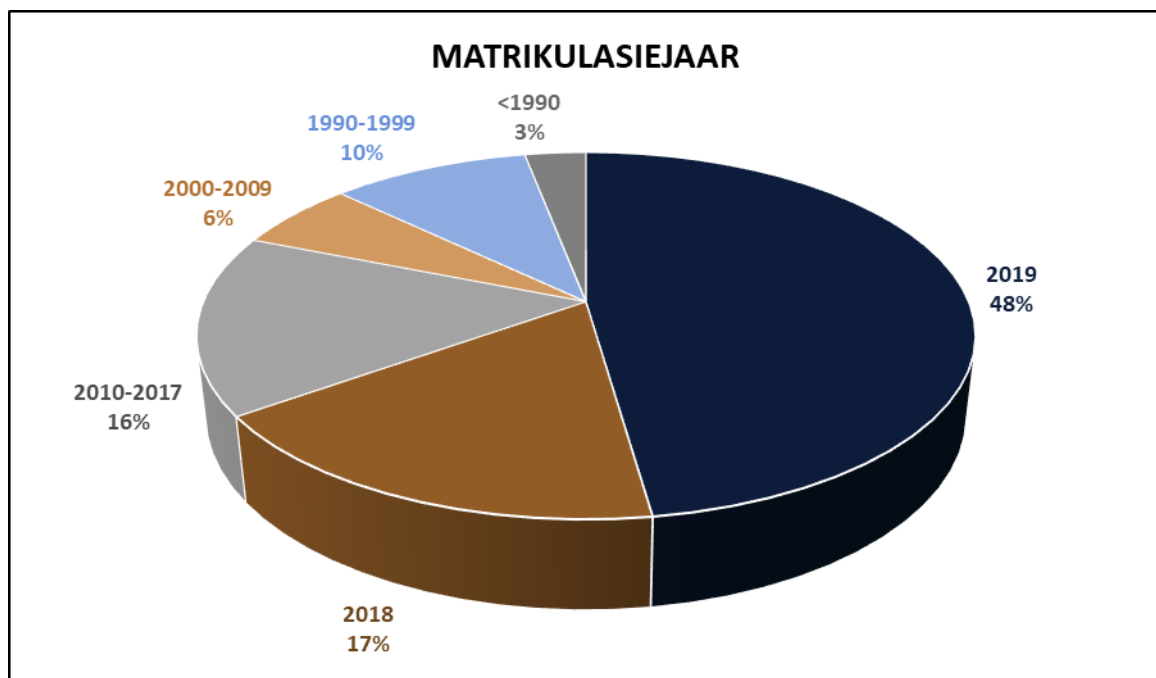
Die hoogste kwalifikasie wat respondente behaal het voordat hulle met studies by Akademia begin het (vraag 7), word in figuur 5.7 aangedui.



Figuur 5.7: Hoogste kwalifikasie behaal

Soos wat verwag sou word van 'n eerstejaarsgroep by 'n HOI het 83% van die respondente slegs hul skoolloopbaan (graad 12) voltooi voordat hulle met studies by Akademia begin het. Daar is wel 7% wat 'n sertifikaat en 7% wat 'n diploma voltooi het, moontlik omdat hulle eind-eksamenpunte nie voldoende was vir die minimum toelatingsvereistes tot 'n graad nie. Daar is ook studente wat reeds ander kwalifikasies voltooi het voordat hulle met studies by Akademia begin het: gevorderde diploma (1%), graad (2%), honneurs (1%) en meestersgraad (1%). Hierdie data stem ooreen met die ouderdomsverspreiding van die respondente.

Die jaar waarin die respondente matriek voltooi het, word in figuur 5.8 uitgebeeld (vraag 8).

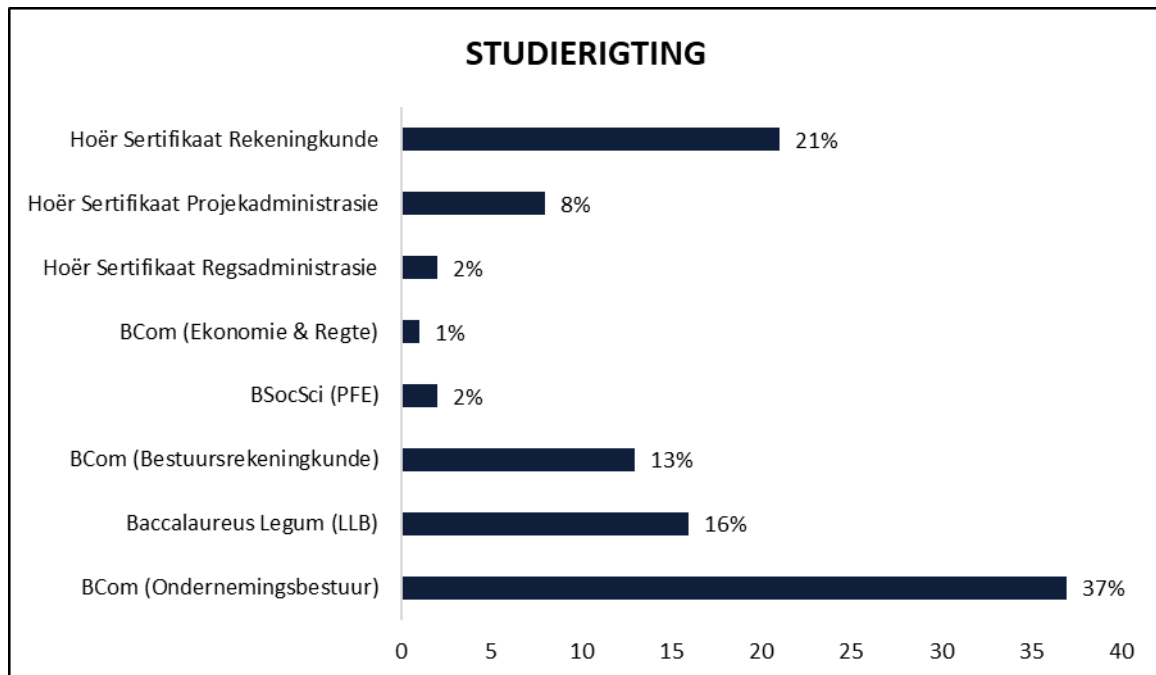


Figuur 5.8: Jaar van matrikulاسie

Vanuit figuur 5.8 kan gesien word dat 48% van die respondente in 2019 hulle matriek voltooi het. Dit beteken dat 52% van die respondente nie dadelik na skool met hulle studies by Akademia begin het nie. Sewentien persent (17%) van die respondente het reeds in 2018 matriek voltooi, terwyl 16% hulle matriek tussen 2010 en 2017 voltooi het. 'n Verdere 6% van die respondente het hulle matriek tussen 2000 en 2009 voltooi, terwyl 10% tussen 1990 en 1999 gematrikuleer het. Drie persent (3%) het reeds voor 1990 matriek voltooi, wat ooreenstem met die ouderdomme van die respondente wat in figuur 5.2 aangedui is.

Min kontakonderriginstellings het so 'n groot persentasie eerstejaars wat nie direk na graad 12 begin studeer het nie. Dit kan toegeskryf word aan die geleentheid vir na-uurse studies wat vir ouer, werkende studente belangrik is. Dit kan ook wees dat studente aan Akademia reeds ander kwalifikasies voltooi het, maar nou 'n nuwe studierigting aanpak om hulself vir 'n ander beroep of bevordering te bekwaam. Dit word moontlik gemaak deur Akademia se onderrigleermodel wat na-uurse studies met kontakonderrig aanbied, soos in hoofstuk 2 uiteengesit.

Vervolgens word die studierigting waarvoor respondente geregistreer is (vraag 9) in figuur 5.9 aangedui.

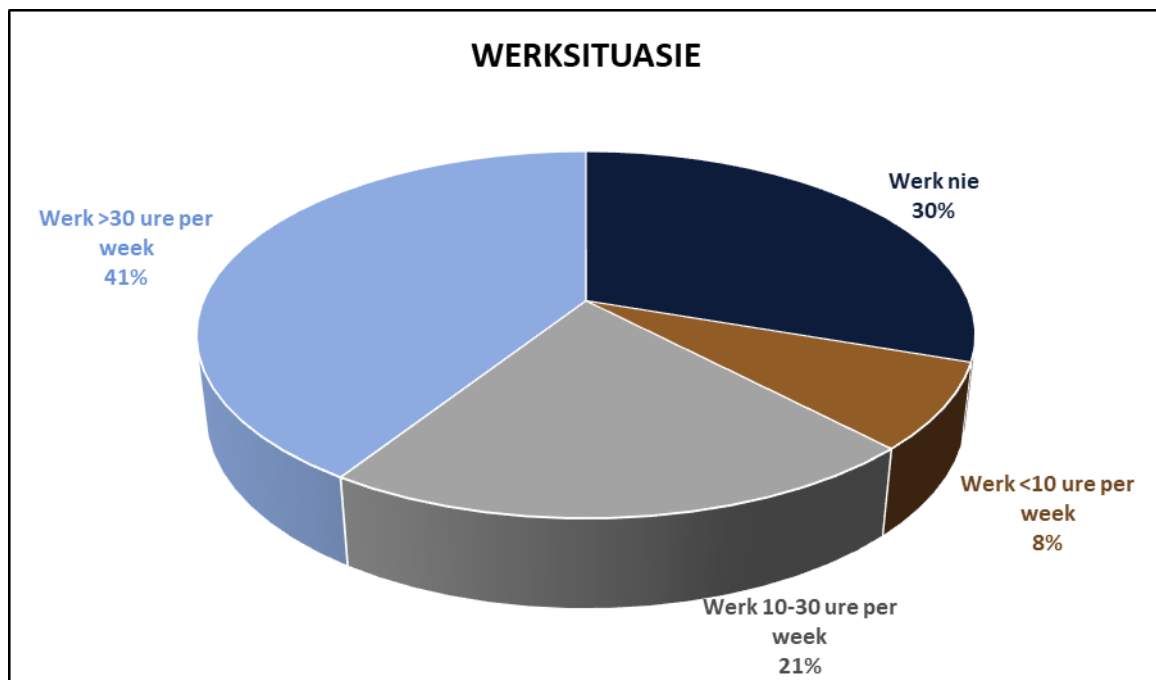


Figuur 5.9: Studierigting waarvoor respondente geregistreer is

Uit figuur 5.9 kan gesien word dat 37% van die respondente BCom (Ondernemingsbestuur) studeer. Hierdie is een van Akademia se eerste kwalifikasies wat aangebied is, en bly steeds een van die gewildstes met 151 eerstejaars in 2020 wat vir hierdie program geregistreer het. Die tweede meeste respondente was vir die Hoër Sertifikaat in Rekeningkunde (21%) geregistreer, met 16% van die respondente wat LLB studeer en 13% respondente wat BCom (Bestuursrekeningkunde) studeer. Die Hoër Sertifikaat in Projekadministrasie (8%) en die Hoër Sertifikaat in Regsadministrasie (2%) is ook verteenwoordig, sowel as die BSocSci (Politiek, Filosofie en Ekonomie) met 2% respondente en BCom (Ekonomie en Regte) met 1% respondente.

Daar was geen studente wat vir die kwalifikasie, BCom (Finansiële Beplanning), geregistreer is wat aan die opname deelgeneem het nie – die rigting word dus nie op figuur 5.9 aangedui nie. Die feit dat byna 'n derde (31%) van die respondente vir 'n Hoër Sertifikaat geregistreer is, kan wees omdat hierdie kwalifikasies kan dien as toelating tot graadstudies vir studente wie se skoolkwalifikasies nie voldoen aan die minimum toelatingsvereistes vir 'n Baccalaureus-graad nie.

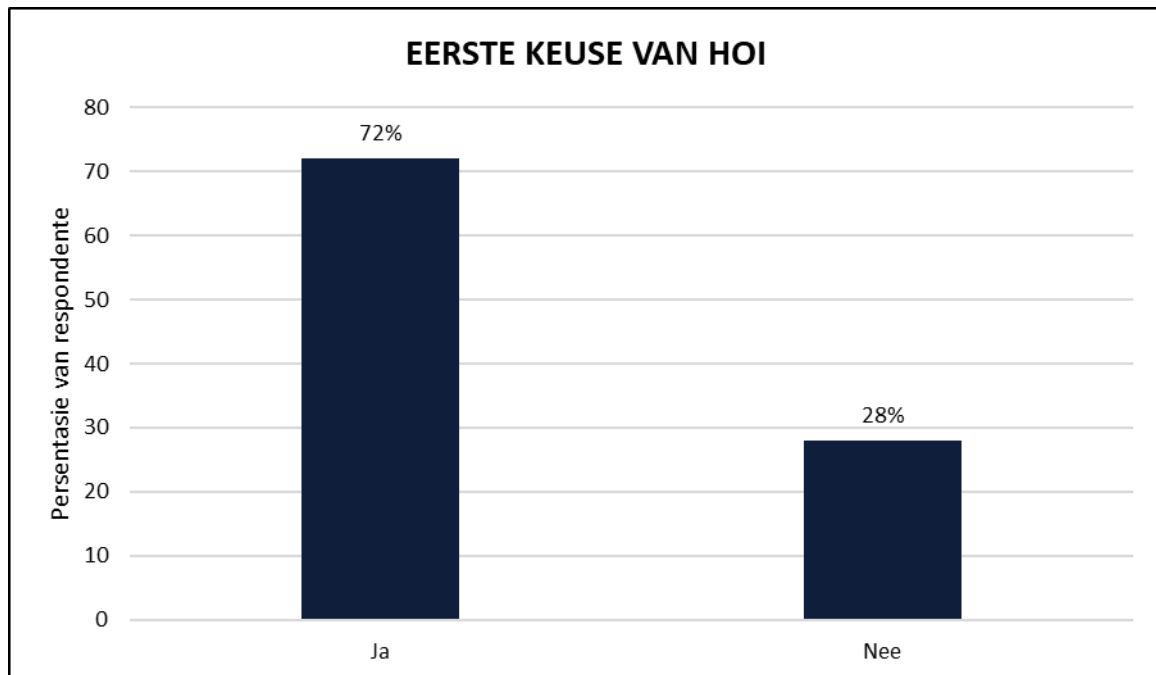
Figuur 5.10 dui die werksituasie (vraag 10) van die respondente aan.



Figuur 5.10: Werksituasie van die respondente

Vanuit figuur 5.10 word gesien dat slegs 30% van die respondente glad nie werk nie, met 70% wat aandui dat hulle wel werk. Van die werkende respondente dui 41% aan dat hulle meer as 30 ure per week werk, terwyl 21% tussen 10 en 30 ure per week werk, en slegs 8% minder as 10 ure per week werk, wat as deeltydse of vryskutwerk gesien kan word. Hierdie bevindinge ondersteun Akademia se fokus op die werkende mark ook, en die voordeel wat daar vir studente is om na-uurs te studeer terwyl hulle reeds werksondervinding opdoen en 'n salaris verdien.

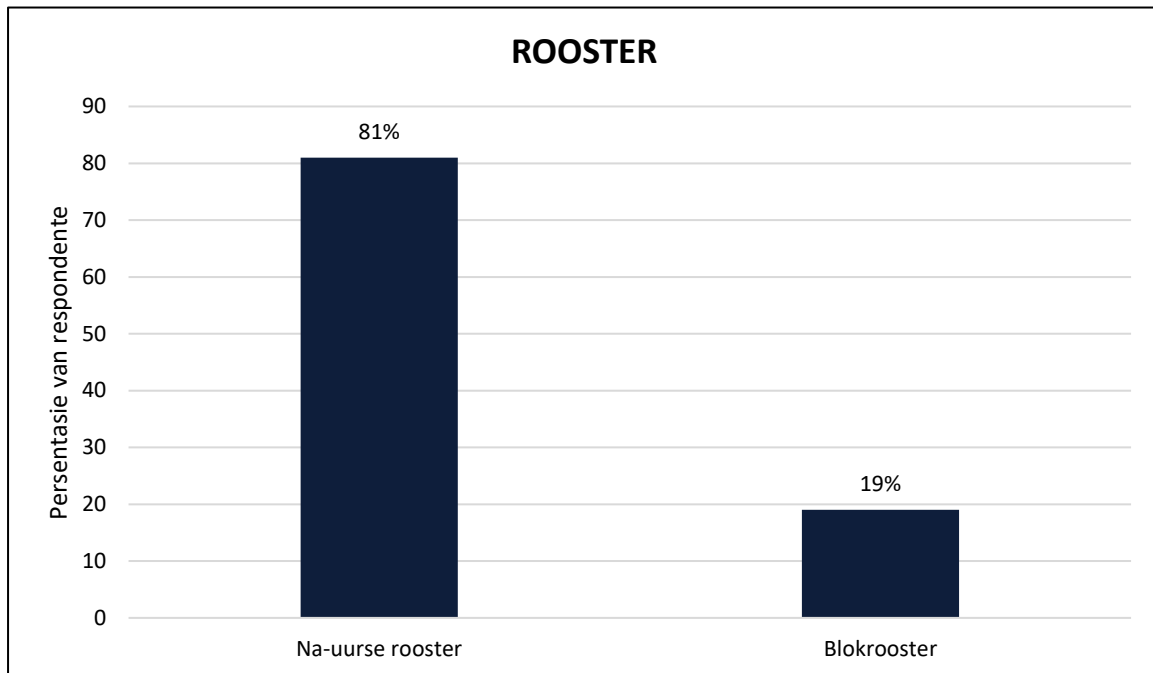
Die vraag of Akademia respondente se eerste keuse van HOI was (vraag 11), word in figuur 5.11 uitgebeeld.



Figuur 5.11: Eerste keuse van HOI

Soos in figuur 5.11 gesien kan word, was Akademia die eerste keuse van HOI vir 72% van die respondente. Slegs 28% van die respondente het aangedui dat Akademia nie hulle eerste keuse van HOI was nie. Hierdie studente het dus moontlik Akademia gekies omdat hulle nie plek kon kry by die HOI van hulle keuse nie, of as gevolg van ander faktore soos dat hulle moes werk terwyl hulle studeer, of nie die finansiële vermoëns gehad het om by hulle voorkeur-residensiële HOI te studeer nie.

Die tipe rooster waarvoor respondente geregistreer is (vraag 12), word in figuur 5.12 voorgestel.



Figuur 5.12: Roosteropsies van respondente

Die verskillende roosteropsies wat Akademia bied is in hoofstuk 2 verduidelik. Vanuit figuur 5.12 kan gesien word dat 81% van die respondente van die na-uurse rooster gebruik maak, wat ooreenstem met die groot hoeveelheid studente wat in provinsies woon waarin studiesentrums geleë is. Slegs 19% van die respondente studeer volgens die blokrooster – moontlik die studente van Limpopo, KwaZulu-Natal, Mpumalanga en die Noord-Kaap waar volgens figuur 5.5, 16% van die respondente woonagtig is.

Samevattende perspektiewe: Vanuit die demografiese resultate van die kwantitatiewe data is dit opmerklik dat meer vroue (61%) as mans deelgeneem het aan die opname. Met die meerderheid respondente (64%) tussen 18 en 20 jaar oud, is dit verteenwoordigend van 'n eerstejaarsgroep aan 'n kontakonderriginstelling. Die feit dat 17% van die studente reeds 'n ander kwalifikasie voltooi het, en dat 52% van die respondente nie dadelik ná skool met studies by Akademia begin het nie, gee 'n aanduiding van die unieke studentesamestelling van die instelling. In ooreenstemming met die verwagte populasie van 'n privaat **Afrikaanse** HOI is 99% van die respondente wit studente, en 95% van die respondente se huistaal is Afrikaans.

Van die respondente is 55% woonagtig in Gauteng, waar ses van die studiesentrums voorkom. Hiervan is die studiesentrums in Centurion (19%), Die Moot (17%) en Lynnwood (16%) die meeste verteenwoordig in die studie. Sestien persent (16%) van die respondente was van provinsies waar nie studiesentrums voorkom nie (Noord-Wes, Noord-Kaap, Mpumalanga, Limpopo en KwaZulu-Natal). Hierdie studente volg waarskynlik die blokkrooster of pendel na studiesentrums in ander provinsies. Buiten vir Noordwes-Universiteit is daar nie Afrikaanse HOI-opsies vir studente in hierdie provinsies nie, en bied die na-uurse onderrigleermodel van Akademia waarskynlik 'n geleentheid wat hierdie studente nie andersins sou gehad het nie. Daar het 19% van die respondente aangedui dat hulle volgens die blokkrooster studeer. Van die totale respondente is 31% besig met 'n Hoër Sertifikaat terwyl 37% van die respondente vir die program, BCom (Ondernemingsbestuur), geregistreer is, ooreenstemmend met die totale studenteregistrasies by Akademia (sien hoofstuk 2). Daar was geen respondente wat vir BCom (Finansiële Beplanning) – tans die kleinste program by Akademia – geregistreer is nie.

Soos te wagte was met die fokus op na-uurse studies, het 70% van die respondente aangedui dat hulle werk, met 41% van die respondente wat meer as 30 ure per week werk. Met slegs 28% van die respondente wat aangedui het dat Akademia nie hulle eerste keuse van HOI was nie, blyk Akademia 'n voorkeuropsie te wees vir studente wat na-uurs aan 'n Afrikaanse privaat HOI wil studeer. Vervolgens word daar ondersoek ingestel na die keusefaktore wat moontlik bydra tot die feit dat Akademia die voorkeuropsie vir hierdie studente is.

5.3.3 Die belangrikheid van keusefaktore

Die volgende bespreking hou verband met die eerste navorsingsvraag:

Navorsingsvraag 1: Watter faktore beïnvloed studente se keuse om by Akademia te studeer?

Soos bespreek in hoofstuk 3 het die veranderende HO-omgewing daartoe bygedra dat al hoe meer instellings 'n verbruikersoriëntasie aanneem en dus is dit belangrik vir instellings om te weet watter faktore vir studente belangrik is wanneer hulle 'n HOI kies. Wanneer die belangrikste faktore in die besluitnemingsproses geïdentifiseer is, kan 'n HOI hulpbronne toeken aan hierdie aspekte en 'n mededingende voordeel bekom deur op hierdie aspekte te fokus. Daarom het hierdie studie die belangrikste

keusefaktore ondersoek wat eerstejaarstudente se keuse om by 'n Afrikaanse privaat HOI te studeer, beïnvloed het.

Afdeling B van die vraelys het gehandel oor die belangrikheid van sekere faktore in die respondente se keuse van Akademia as HOI. Respondente het die relatiewe belangrikheid van elke keusefaktor op 'n 5-punt Likert-skaal vanaf “geensins belangrik” nie tot “uiters belangrik” aangedui. Vir die bespreking van die belangrikheid van keusefaktore word verwys na gemiddelde waardes en die ooreenstemmende vlak van belangrikheid (1 = geensins belangrik nie; 2 = geringe mate belangrik; 3 = redelik belangrik; 4 = baie belangrik; 5 = uitsers belangrik). Die gemiddeld en standaardafwyking vir elke keusefaktor (veranderlike) word in tabel 5.1 aangedui. Die aantal respondente vir elke veranderlike was 132.

5.3.3.1 Rangorde van die belangrikheid van keusefaktore (Afdeling B)

Tabel 5.1 dui die resultate van die antwoorde van Afdeling B aan. Die persentasie respondente van elke sel word aangedui, sowel as die gemiddeld en die standaardafwyking vir elke faktor. Vanuit tabel 5.1 is dit duidelik dat nie alle keusefaktore ewe belangrik is in studente se keuse van 'n HOI nie. Van die belangrikste bevindinge en verskille word vervolgens bespreek.

Tabel 5.1: Die belangrikheid van keusefaktore

Rangorde posisie	Keusefaktore	Persentasie van respondente in elke sel					Gemiddeld	Standaardafwyking
		Geensins belangrik nie	Geringe mate belangrik	Redelik belangrik	Baie belangrik	Uiters belangrik		
		1	2	3	4	5		
1	Gehalte van onderrig	0	0.76	2.27	16.67	80.30	4.765	0.522
2	Veiligheid van die studiesentrum	0	0.76	10.61	26.52	62.12	4.5	0.715
3	Moontlikheid van 'n beter werk na voltooiing van 'n kwalifikasie	2.27	3.79	8.33	17.42	68.18	4.455	0.960
4	Ligging van die studiesentrum	1.52	3.79	7.58	31.06	56.06	4.364	0.893
5	Gerief van die aanlyn aansoekproses	1.52	2.27	14.39	31.06	50.76	4.273	0.900
6	Beskikbare studierigtings	0	2.27	15.15	37.12	45.45	4.258	0.797
7	Studiekoste	0	3.79	18.94	29.55	47.73	4.212	0.883
8	Die gevorderde tegnologie waarvan Akademia gebruik maak	2.27	5.30	15.15	27.27	50	4.174	1.023
9	Akademia se waardes en kultuur	0	6.06	16.67	32.58	44.70	4.159	0.915
10	Afbetalingsopsies wat Akademia bied	2.27	3.03	22.73	22.73	49.24	4.136	1.017
11	Na-uurse studies	5.30	4.55	12.88	28.79	48.48	4.106	1.127
12	Akademia se reputasie	4.55	3.79	11.36	37.88	42.42	4.098	1.047
13	Akademia se unieke leermodel	0.76	7.58	18.94	31.82	40.91	4.045	0.987

14	Algemene indruk van die studiesentrum	2.27	3.79	21.21	37.88	34.85	3.992	0.961
15	Toelatingsvereistes	1.52	5.30	24.24	33.33	35.61	3.962	0.976
16	Geleentheid om in Afrikaans te kan studeer	3.03	7.58	22.73	25.76	40.91	3.939	1.103
17	Rentevrye studielenings wat Helpende Hand aan Akademia-studente bied	6.06	9.09	21.21	15.15	48.48	3.909	1.269
18	Indruk gelaat van Akademia se administratiewe personeel	3.03	4.55	25	37.12	30.30	3.871	0.999
19	Indruk gelaat van Akademia se bemarkingspersoneel	4.55	3.79	33.33	33.33	25	3.705	1.032
20	Die invloed van 'n Akademia-studenteadviseur	11.36	9.85	28.79	25.76	24.24	3.417	1.272
21	Die invloed van my familie	17.42	11.36	18.18	21.97	31.06	3.379	1.465
22	Die invloed van 'n onderwyser by my skool	34.09	12.88	18.18	15.15	19.70	2.735	1.543
23	Die invloed van my vriende	33.33	13.64	22.73	15.91	14.39	2.644	1.447
24	Die invloed van 'n kollega by my werk	37.88	10.61	24.24	13.64	13.64	2.545	1.453

Vanuit tabel 5.1 kom die volgende na vore:

- **Gehalte van onderrig** is aangedui as die belangrikste faktor, aangesien 80% van die respondente dit as uiters belangrik aangedui het. Daar was ook 'n baie lae standaardafwyking (0.522) vir hierdie item wat aandui dat die meeste respondente grootliks ooreenstem oor die belangrikheid hiervan.

- Daar is vyf faktore wat deur al die respondente aangedui is as tot een of ander mate belangrik. Hierdie faktore is: **gehalte van onderrig, veiligheid van die studiesentrum, beskikbare studierigtings, studiekoste en Akademia se waardes en kultuur**. Dus was al hierdie faktore wel van belang in studente se oorweging van Akademia as HOI.
- Respondente het die meeste verskil ten opsigte van die **invloed van 'n onderwyser** (1.543), die **invloed van familie** (1.465), die **invloed van 'n kollega** (1.453) en die **invloed van vriende** (1.447). Die standaardafwyking bepaal die verspreiding van data om die gemiddeld, en impliseer dat as die punte naby die gemiddeld is, is die standaardafwyking laag of klein (beduidend van ooreenstemming of konsekwentheid), en as die punte ver van die gemiddeld is, is die standaardafwyking hoog of groot (beduidend van verskille of inkonsekwentheid). Die hoë standaardafwykings dui dan op 'n wyer verspreiding van die data, wat beteken dat daar nie groot ooreenstemming oor hierdie items is nie (Cohen et al., 2018:762).
- Die **invloed van 'n onderwyser** (34.09%), die **invloed van 'n kollega by die werk** (37.88%) en die **invloed van vriende** (33.33%) blyk die faktore te wees wat die minste 'n rol speel in respondente se keuse, met ongeveer 'n derde van respondente wat telkens aangedui het dat dit geensins belangrik is nie. Dus blyk “mense” die minste belangrike element van die bemarkingsmengsel vir respondente van hierdie studie te wees. Die mins belangrike faktore in Wiese (2008:262) se studies, naamlik die feit dat vriende (21), boeties of sussies (22) of ouers (23) by die instelling studeer het, word ook bevestig deur hierdie studie se bevindinge dat die invloed van ander mense klein is. Daar is dus 'n hoë korrelasie tussen die bevindinge van hierdie studie en dié van Wiese.
- Die belangrikste elemente van die bemarkingsmengsel vir Akademia-studente is dus “**program**” (gehalte van onderrig, moontlikheid van 'n beter werk na voltooiing van 'n kwalifikasie en beskikbare studierigtings), “**plek**” (veiligheid van die studiesentrum en ligging van die studiesentrum) en “**prys**” (studiekoste en afbetalingsopsies wat Akademia bied). Dit is in ooreenstemming met Maringe (2006:475) se studie wat bevind dat faktore wat met die program verband hou (beskikbare studierigtings en gehalte onderrig) die belangrikste is.

Gehalte onderrig en werksgeleenthede ná studies is onderskeidelik eerste en derde in Penceliah et al. (2016:278) se bevindinge.

Gehalte van onderrig was ook die belangrikste faktor in Wiese (2008:234) se studie terwyl veiligheid derde en moontlikheid van beter werksgeleenthede na voltooiing van 'n kwalifikasie tweede op die rangorde van Wiese se respondente was. Veiligheid en gehalte onderrig was ook van Gordon (2016:95) se hoogste vyf faktore, terwyl dit vir ouers belangrik was dat hul kinders beter werksgeleenthede het na voltooiing van hulle studies (Gordon, 2016:102).

- Die bevindinge van Cosser en Du Toit (2002:95), Briggs (2006:713) en Beneke en Human (2010:441) dat die **reputasie van die instelling** die belangrikste keusefaktor is, word nie in hierdie studie weerspieël nie. Die reputasie van Akademia beklee die twaalfde plek op die rangorde van die belangrikheid van keusefaktore.
- Die **geleentheid om in Afrikaans** te kan studeer beklee die sestiende plek op die rangorde van die belangrikheid van hierdie studie, hoewel dit steeds 'n hoë gemiddeld van 3.939 behaal het. Dit stem nie ooreen met Gordon (2016:95) se bevindinge waar taalbeleid die belangrikste faktor was nie. Dit was egter die tweede belangrikste faktor uit die 10 keusefaktore wat in Afdeling C van hierdie studie vir respondente gegee is om te rangskik in volgorde van belangrikheid (sien tabel 5.5). Hierdie aspek is in die telefoniese onderhoude verder ondersoek.

Hoewel die geleentheid aan respondente gegee is om ander keusefaktore wat ook 'n rol gespeel het in hulle besluit te noem en te evalueer, was die faktore wat wel genoem is, ooreenstemmend met die faktore wat reeds gelys is, byvoorbeeld. “Die ondersteuning van Akademia”; “Die feit dat ek in Afrikaans kan studeer” en “Werk en studeer op dieselfde tyd”. Dus is hierdie response buite rekening gelaat.

Die bevindinge van hierdie studie word dus bevestig deur die literatuur en soortgelyke vorige studies.

Soos bespreek in hoofstuk 3 is die keusefaktore uniek tot elke student, maar moet daar gepoog word om die studente te groepeer volgens sekere eienskappe sodat teikenmarkte deur gefokusde bemarkingspogings bereik kan word. Vervolgens is daar deur middel van korrelasies ondersoek ingestel na die invloed van sekere

demografiese eienskappe op die keusefaktore van studente. Die p-waardes wat uit Levene se toets vir homogeniteit van veranderlikes verkry is, dui statistiese beduidende verskille aan indien die p-waarde minder as 0.05 is. Dieselfde geld vir p-waardes wat uit ANOVA's (*ANalysis Of VAriance*) tussen veranderlikes en keusefaktore verkry is. Waar daar geen statisties-beduidende verskille aangedui is nie, is die items weggelaat uit die tabelle en rapportering. Slegs items met statisties-beduidende verskille is deur t-toetse verder ondersoek en word gerapporteer.

Tabel 5.2 dui aan of die keusefaktore vir mans en vrouens verskil.

5.3.3.2 Die verband tussen keusefaktore en geslag

Tabel 5.2: Die verband tussen keusefaktore en geslag

Keusefaktore	Levene se toets vir homogeniteit van veranderlikes	Vroulik (N=81)		Manlik (N=51)		t-toets vir gemiddelde van twee groepe indien p-waarde < 0.05
		Gemiddeld	Standaard-afwyking	Gemiddeld	Standaard-afwyking	
Gehalte van onderrig	0.000520	4.839506	0.43176	4.647059	0.626850	³ 0.019374/ 0.980626
Veiligheid van die studiesentrum	0.047159	4.629630	0.641179	4.294118	0.782154	0.004087/ 0.995913
Die invloed van my vriende	0.014310	2.407407	1.498147	3.019608	1.288258	0.993071/ 0.008677
Die invloed van my familie	0.000186	3.160494	1.592614	3.725490	1.167535	0.989769/ 0.015197

³ Die resultate van die t-toets vir die belangrikheid van die faktor vir vroue teenoor dié vir mans, word telkens eerste vertoon, en tweede die resultate van die t-toets vir die belangrikheid van die faktor vir mans teenoor dié vir vroue. Getalle in rooi dui op beduidende verskille in die belangrikheid.

Vanuit tabel 5.2 word die volgende duidelik:

- Daar is statisties-beduidende verskille tussen die belangrikheid wat verskillende geslagte aan die volgende keusefaktore heg: gehalte van onderrig, veiligheid van die studiesentrum, die invloed van vriende en die invloed van familie.
- 'n T-toets is gedoen om te bepaal of die gemiddelde van elk van hierdie twee groepe statisties-beduidend verskil. Hiervolgens is daar 'n statisties-beduidende verskil tussen hoe belangrik gehalte van onderrig en veiligheid van die studiesentrum is vir dames teenoor vir mans.
- Daar is ook 'n statisties-beduidende verskil in die invloed van vriende en die invloed van familie op mans, teenoor die invloed van hierdie persone op dames.
- Die agt hoogste keusefaktore (gebaseer op die gemiddelde waarde) vir dames is: gehalte van onderrig, veiligheid van die studiesentrum, moontlikheid van 'n beter werk na voltooiing van 'n kwalifikasie, ligging van die studiesentrum, beskikbare studierigtings, studiekoste, gerief van die aanlyn aansoekproses en die gevorderde tegnologie waarvan Akademia gebruik maak.
- Die agt hoogste keusefaktore (gebaseer op die gemiddelde waarde) vir mans is: gehalte van onderrig, moontlikheid van 'n beter werk na voltooiing van 'n kwalifikasie, veiligheid van die studiesentrum, ligging van die studiesentrum, gerief van die aanlyn aansoekproses, beskikbare studierigtings, Akademia se waardes en kultuur, en die gevorderde tegnologie waarvan Akademia gebruik maak.
- Vir beide mans en dames is die gehalte van onderrig die belangrikste keusefaktor, terwyl die eerste vier keusefaktore ook vir die twee geslagte dieselfde is, hoewel die rangorde (gebaseer op gemiddelde) verskil.

Die keusefaktore vir mans en vrouens lyk dus baie soortgelyk, met die uitsondering van gehalte van onderrig en veiligheid van studiesentrums wat vir dames belangriker was as vir mans, en die invloed van vriende en familie wat vir mans belangriker is as vir dames.

Vervolgens word daar in tabel 5.3 gekyk na die verband tussen ouderdom en keusefaktore.

5.3.3.3 Die verband tussen keusefaktore en ouderdom

Tabel 5.3: Verband tussen keusefaktore en ouderdom

Keusefaktore	Spearman-rangordekorrelasies		
	Spearman R	t(N-2)	p-waarde
Na-uurse studies	0.358107	4.37306	0.000025
Akademia se unieke leermodel	0.226544	2.65194	0.008999
Akademia se waardes en kultuur	0.252857	2.97984	0.003433
Die invloed van 'n onderwyser by my skool	-0.196367	-2.28338	0.024031

Tabel 5.3 dui die Spearman-rangordekorrelasie aan tussen ouderdom en keusefaktore. Spearman-rangordekorrelasie meet die verband tussen twee veranderlikes (Cohen et al., 2018: 740). 'n Positiewe korrelasiekoëffisiënt dui op 'n positiewe verhouding tussen die twee veranderlikes (soos die een se waarde toeneem, neem die ander se waarde ook toe), terwyl 'n negatiewe korrelasiekoëffisiënt 'n negatiewe verhouding aandui (soos die een se waarde toeneem, neem die ander se waarde af), en 'n nul korrelasiekoëffisiënt dui op geen verhouding nie (Cohen et al., 2018:741).

Uit tabel 5.3 kan ons die volgende sien:

- Hoe ouer die respondente, hoe belangriker was dit vir hulle om na-uurs te kan studeer, hoe groter rol het Akademia se unieke leermodel gespeel, en hoe groter oorweging was Akademia se waardes en kultuur in hulle keuse van 'n HOI; en

- hoe ouer studente was, hoe minder was die invloed van 'n onderwyser op hulle keuse van HOI. Dit is moontlik as gevolg van die feit dat onderwysers nie meer deel uitmaak van ouer persone se invloedssfeer nie.

Aangesien die huistaal en die etnisiteit van die respondente grootliks ooreenstemmend was, is daar nie statistiese ondersoek ingestel na die verband tussen hierdie veranderlikes en die belangrikheid van verskillende keusefaktore nie.

5.3.3.4 Die verband tussen keusefaktore en provinsies

Daar is ondersoek ingestel deur middel van 'n ANOVA om te bepaal of respondente van 'n sekere provinsie ooreenstemmende behoeftes gehad het ten opsigte van keusefaktore. Die groepe respondente in die provinsies was egter baie klein, buiten vir Gauteng se 55% (figuur 5.5). Die enigste faktor wat hier beduidende verskille getoon het, was die moontlikheid van 'n beter werk na voltooiing van 'n kwalifikasie ($p=0.035048$).

Die verband tussen provinsies en die moontlikheid van 'n beter werk (wat deur middel van t-toetse bepaal is) dui daarop dat respondente van Gauteng dit belangriker ag om die moontlikheid van 'n beter werk na voltooiing van 'n kwalifikasie te hê, as dié van Limpopo ($p=0.000349$), Mpumalanga ($p=0.052935$) en die Vrystaat ($p=0.035808$). So ook was daar statisties-beduidende verskille tussen hoe belangrik respondente van Namibië en respondente van Mpumalanga ($p=0.013476$) en Noord-Wes ($p=0.058693$) beter werksgeleenthede geag het as 'n keusefaktor. Die respondente van Namibië was dit eens dat dit 'n uiters belangrike faktor is in hulle keuse van 'n HOI, met 'n gemiddeld van 5 en 'n standaardafwyking van 0. Respondente van die Wes-Kaap ag beter werksgeleenthede belangriker as respondente van Limpopo ($p=0.030174$).

'n ANOVA om te ondersoek of daar enige ooreenkomste of verskille is tussen die keusefaktore wat studente belangrik ag en die studiesentrum waarby hulle ingeskryf is, het geen statisties-beduidende verskille aangedui nie.

5.3.3.5 Die verband tussen keusefaktore en vorige kwalifikasies

Aangesien die groep respondente nie almal skoolverlaters is nie, is daar ook deur middel van 'n ANOVA gekyk of studente verskillende keusefaktore aandui indien hulle vorige kwalifikasies voltooi het, al dan nie. Moontlike statisties-beduidende verskille wat aangedui is, is:

- beskikbare studierigtings ($p=0.003995$);
- moontlikheid van 'n beter werk na voltooiing van 'n kwalifikasie ($p=0.039906$);
- veiligheid van die studiesentrum ($p=0.001841$);
- studiekoste ($p=0.010612$); en
- die rentevrye studielenings van Helpende Hand ($p=0.019555$).

Vervolgens is t-toetse gedoen om die verskil tussen die gemiddelde van twee groepe vir elk van die keusefaktore (met moontlik statisties-beduidende verskille) te bepaal. Hieruit blyk dit dat beskikbare studierigtings vir studente wat 'n sertifikaat ($p=0.006132$) of diploma ($p=0.003813$) voltooi het, belangriker is as vir studente wat reeds 'n graad voltooi het. Die beskikbare studierigtings was ook minder belangrik vir studente met graad 12, as vir studente met 'n sertifikaat ($p=0.042580$), of studente met 'n diploma ($p=0.016760$). Studente wat slegs graad 12 ($p=0.013497$) voltooi het, of wat 'n diploma ($p=0.014108$) het, heg groter waarde aan die moontlikheid van 'n beter werk na voltooiing van 'n kwalifikasie, as studente wat reeds 'n graad voltooi het. Die veiligheid van die studiesentrum was belangriker vir studente met graad 12 ($p=0.015524$) en studente met 'n diploma ($p=0.036906$) as vir studente met 'n graad. Van die vier groepe was studiekoste vir studente met graad 12 die belangrikste, daarna studente met 'n diploma, gevolg deur studente met 'n sertifikaat. Studente met 'n graad was die minste sensitief vir studiekoste.

Die belangrikheid van Helpende Hand se rentevrye studielenings vir respondente met graad 12 was statisties-beduidend hoër as vir dié met 'n sertifikaat ($p=0.000489$).

5.3.3.6 Die verband tussen keusefaktore en werksituasie

Daar is ook gekyk na statisties-beduidende verskille in respondente se keusefaktore op grond van hulle werksituasie, met ander woorde of hulle werk of nie werk nie. Dit is gedoen deur 'n ANOVA tussen die werksituasie en keusefaktore. Vir die doeleindes van hierdie toets is alle studente wat aangedui het dat hulle enigsins werk (minder as 10 ure, 10 tot 30 ure, of meer as 30 ure) saam gegroepeer, teenoor studente wat glad nie werk nie. Die moontlike keusefaktore wat hierdeur geraak word, is:

- die geleentheid om na-uurs te studeer ($p=0.00028$);

- die moontlikheid van 'n beter werk na voltooiing van 'n kwalifikasie ($p=0.019139$);
- die unieke onderrigleermodel ($p=0.022824$);
- die gevorderde tegnologie waarvan Akademia gebruik maak ($p=0.041733$);
- die ligging van die studiesentrum ($p=0.024798$); en
- die invloed van vriende ($p=0.045609$).

T-toetse vir die bepaling van die verskil tussen die gemiddelde van twee groepe is op hierdie keusefaktore wat na vore gekom het, gedoen. Daar was 'n statisties-beduidende verskil tussen die belangrikheid van na-uurse studies ($p=0.000014$), wat vir werkende studente belangriker was as vir studente wat nie werk nie. Ook Akademia se leermodel ($p=0.011412$), die gevorderde tegnologie waarvan Akademia gebruik maak ($p=0.020867$), en die ligging van die studiesentrums ($p=0.012399$) was belangriker vir studente wat werk as vir studente wat nie werk nie. Studente wat nie werk nie vind die moontlikheid van 'n beter werk na voltooiing van 'n kwalifikasie ($p=0.009570$) en die invloed van vriende ($p=0.022804$) belangriker as wat werkende studente doen.

5.3.3.7 Die verband tussen keusefaktore en roosteropsie

Laastens is daar ook deur middel van ANOVA-toetse gekyk of studente wat van die onderskeie roosteropsies gebruik maak moontlik verskillende keusefaktore het, en die faktore wat hierdeur geraak word, is die moontlikheid van 'n beter werk na voltooiing van 'n kwalifikasie ($p=0.052599$), die ligging van die studiesentrum ($p=0.00095$), die indruk van die studiesentrum ($p=0.041236$) en Akademia se kultuur en waardes ($p=0.051063$).

'n T-toets vir die gemiddeld tussen die twee groepe is op hierdie vier faktore toegepas en het 'n statisties-beduidende verskil getoon in die belangrikheid van Akademia se unieke kultuur en waardes vir blokkroosterstudente teenoor na-uurse studente. Vir na-uurse studente was die moontlikheid van 'n beter werk na voltooiing van 'n kwalifikasie statisties-beduidend belangriker. Ook die ligging van die studiesentrum en algemene indruk van die studiesentrum was statisties-beduidend belangriker vir na-uurse studente as vir blokkroosterstudente.

Die navorsingsvraag om te bepaal watter keusefaktore belangrik is vir studente van Akademia is dus breedvoerig ondersoek. Nie net is die rangorde van die keusefaktore vir studente bepaal nie, maar daar is ook ondersoek ingestel na die verband tussen die belangrikheid van keusefaktore en sekere demografiese faktore, naamlik geslag, ouderdom, provinsie, studiesentrum, vorige kwalifikasies, werksituasie en roosteropsie. Buiten vir studiesentrum, is daar statisties-beduidende verskille tussen afdelings van elkeen van die demografiese faktore waargeneem, wat in toekomstige navorsing verder ondersoek kan word. Die resultate van hierdie navorsing stel ook die instelling in staat om die bemarkingsboodskap vir verskillende groepe aan te pas, sodat meer geteikende bemarking kan plaasvind volgens die keusefaktore wat vir verskillende groepe belangrik is.

5.3.4 Rangorde van keusefaktore volgens belangrikheid (Afdeling C)

In Afdeling C van die vraelys het die respondente geleentheid gehad om 'n vooraf-bepaalde lys van 10 keusefaktore te rangskik van 1 (glad nie belangrik nie) tot 10 (belangrikste). Tabel 5.4 verteenwoordig die resultate van hierdie vraag.

Tabel 5.4: Rangorde van keusefaktore in Afdeling C

Posisie	Keusefaktor	Persentasie van respondente in elke sel										Gemiddeld
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	Studeer terwyl ek werk	10.61	5.3	2.27	3.79	6.06	2.27	9.85	8.33	23.48	28.03	7.144
2	Studeer in Afrikaans	5.3	3.79	5.3	8.33	6.82	10.61	8.33	11.36	15.91	24.24	6.947
3	Ligging van studiesentrum	4.55	8.33	9.09	4.55	8.33	6.82	13.64	19.7	15.15	9.85	6.371
4	Studiekoste	5.3	4.55	4.55	3.79	13.64	23.48	14.39	13.64	6.82	9.85	6.220
5	Loopbaanmoontlikhede	1.52	2.27	16.67	16.67	8.33	9.85	8.33	12.12	12.88	11.36	6.083
6	Roosteropsies	0.76	9.85	13.64	11.36	12.12	11.36	18.94	14.39	5.3	2.27	5.538
7	Programaanbod	4.55	7.58	8.33	15.15	25	16.67	6.06	7.58	6.82	2.27	5.174
8	Unieke onderrigleermodel	17.42	18.18	12.88	12.88	5.3	7.58	7.58	6.06	6.06	6.06	4.326
9	Interaksie met Akademia-personeel	13.64	31.06	15.15	8.33	7.58	6.82	7.58	3.03	5.3	1.52	3.735
10	Invloed van ouers	36.36	9.09	12.12	15.15	6.82	4.55	5.3	3.79	2.27	4.55	3.462

Die standaardafwyking vir die vraag word nie in die tabel aangedui nie, maar was tussen 2.156 (programaanbod) en 3.116 (studeer terwyl ek werk) wat aandui dat daar 'n lae ooreenstemming was tussen die respondente se rangorde van keusefaktore. Die finale rangorde is bepaal volgens die gemiddelde waarde wat aan elke faktor toegeken is. Sommige van die belangrikste bevindinge van tabel 5.4 is:

- Hoewel “studeer terwyl ek werk” die eerste plek op die rangorde inneem, het 10.61% van die respondente dit as glad nie belangrik aangedui nie – die vierde hoogste persentasie wat aan 'n faktor toegeken is as “glad nie belangrik nie”. Dit kan moontlik wees as gevolg van die feit dat 30% van die respondente nie werk nie (figuur 5.10) en dus nie hierdie faktor as belangrik sal ag nie.
- Die invloed van ouers is as die minste belangrike faktor aangedui, waarskynlik as gevolg van die hoër gemiddelde ouderdom van die respondente (figuur 5.2) en die feit dat 52% van respondente reeds langer as 'n jaar uit matriek is (figuur 5.8) en waarskynlik nie meer so afhanklik is van hulle ouers se invloed nie. Dit sou van waarde wees om in toekomstige studies te bepaal wie die studies finansier, om te sien of die invloed van ouers toeneem indien die ouers die studies befonds.
- Hoewel roosteropsies en loopbaanmoontlikhede in die middel van die rangorde is, is dit deur baie min respondente (0.76% en 1.52% onderskeidelik) as die minste belangrike faktor gelys, wat aandui dat dit wel 'n relatiewe belangrike rol speel in studente se besluitneming.

Een van die hoofredes vir die insluiting van Afdeling C was om 'n vergelyking te kan tref tussen die relatiewe belangrikheid van die 24 faktore in Afdeling B van die vraelys en die rangorde van 10 faktore in Afdeling C. Vervolgens word hierdie resultate vergelyk.

5.3.5 Vergelyking van Afdeling B en Afdeling C se resultate

Volgens die relatiewe belangrikheid wat aan faktore toegeken is in Afdeling B, is die 24 faktore in 'n rangorde gesorteer. Dit is vergelyk met die rangorde wat verkry is in Afdeling C deurdat respondente 10 faktore gesorteer het van “glad nie belangrik nie” tot “uiters belangrik”. Hoewel die faktore wat in die twee afdelings gebruik is nie

identities was nie, is die faktore wat die meeste ooreenstem vir die vergelyking gebruik. Tabel 5.5 dui hierdie vergelyking aan.

Tabel 5.5: Rangorde vergelyking tussen Afdeling B en Afdeling C se resultate

Faktor	Posisie op Rangorde B	Posisie op Rangorde C
Studeer terwyl ek werk/Na-uurs	11	1
Studeer in Afrikaans	16	2
Ligging van studiesentrum	14	3
Studiekoste	7	4
Loopbaanmoontlikhede	3	5
Roosteropsies/Na-uurs	11	6
Programaanbod	6	7
Unieke onderrigleermodel	13	8
Interaksie met Akademia-personeel	18/19/20	9
Invloed van ouers	21	10

Uit tabel 5.5 kan gesien word dat die relatiewe belangrikheid wat aan sekere faktore in Afdeling B toegeken is, nie ooreenstem met die posisie wat die faktore inneem wanneer daar 'n rangorde bepaal moet word nie. Die geleentheid om te studeer terwyl hulle werk was vir respondente die belangrikste faktor in Afdeling C, terwyl na-uurse studies slegs vir 48.48% van die studente “uiters belangrik” was in Afdeling B. Ook die ligging van die studiesentrum en die geleentheid om in Afrikaans te studeer geniet 'n hoër orde op die ranglys van Afdeling C, as wat dit relatiewe belangrikheid in Afdeling B geniet het. Die tien hoogste faktore soos wat in Afdeling B bepaal is, word in tabel 5.6 weergegee.

Tabel 5.6: Tien hoogste keusefaktore vanuit Afdeling B

Rangorde posisie	Keusefaktor	Gemiddeld
1	Gehalte van onderrig	4.765
2	Veiligheid van die studiesentrum	4.5
3	Moontlikheid van 'n beter werk na voltooiing van 'n kwalifikasie	4.455
4	Ligging van die studiesentrum	4.364
5	Gerief van die aanlyn aansoekproses	4.273
6	Beskikbare studierigtings	4.258
7	Studiekoste	4.212
8	Die gevorderde tegnologie waarvan Akademia gebruik maak	4.174
9	Akademia se waardes en kultuur	4.159
10	Afbetalingsopsies wat Akademia bied	4.136

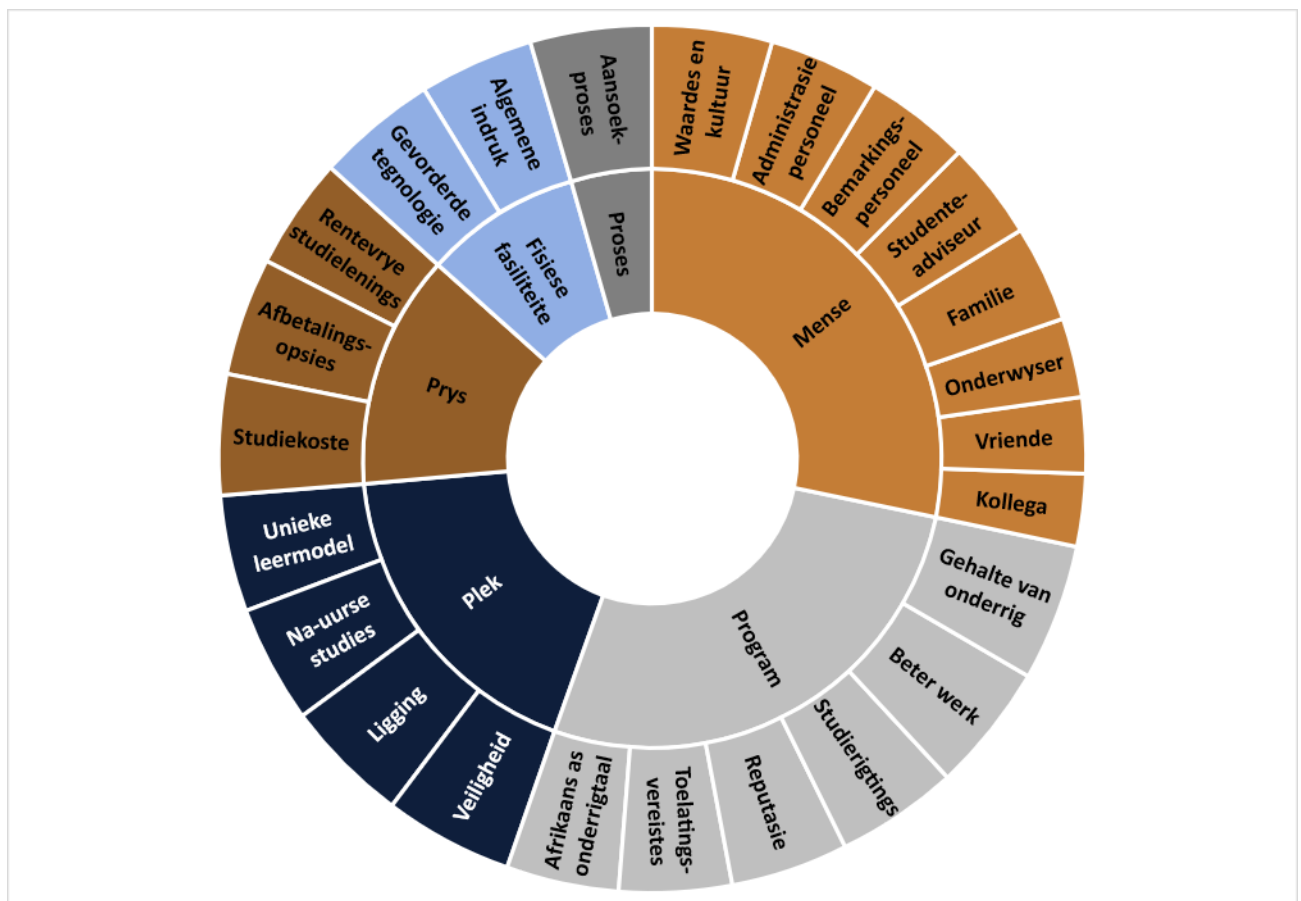
Die belangrikheid van hierdie faktore in die besluitnemingsproses is in die telefoniese onderhoude verder ondersoek, en kan ook moontlik in toekomstige studies eerder as kontrolefaktore dien in plaas van die faktore wat in Afdeling C van hierdie vraelys gelys is.

Die keusefaktore wat getoets is deur die kwantitatiewe studie, hou verband met die 7P's van die bemarkingsmengsel (Kotler & Fox, 1995:8) wat in hoofstuk 3 bespreek is. Vervolgens word die verband tussen die keusefaktore en die bemarkingsmengsel bespreek.

5.3.6 Die verband tussen keusefaktore en die bemarkingsmengsel

Die bemarkingsmengsel bied aan HOL's 'n raamwerk van sekere beheerbare elemente waarvolgens die aanbod aan verbruikers geskep kan word. Hierdie elemente staan nie in afsondering van mekaar nie, maar moet geïntegreer word om die optimale aanbieding aan verbruikers te gee. Keusefaktore wat vir studente belangrik is, maak die komponente van hierdie sewe elemente uit. As gevolg van die integrasie van die

elemente is daar egter nie 'n konkrete afbakening van elk van die komponente nie. Dit sal ook moontlik van instelling tot instelling verskil. 'n Voorbeeld hiervan is dat “mense” een van die elemente van die bemarkingsmengsel is, deurdat die voornemende student se ervaring met bemarkingspersoneel as 'n keusefaktor kan dien. “Mense” vorm egter ook deel van die promosie-element, aangesien hulle dien as inligtingsbron wat tydens die besluitnemingsproses gebruik word. Die volgende visuele voorstelling gee 'n aanduiding van hoe die keusefaktore van hierdie studie groepeer word vir hierdie HOI, en ook wat die relatiewe belangrikheid van elke element van die bemarkingsmengsel is, gebaseer op die bevindinge van die studie. Omdat die inligtingsbronne wat deel vorm van **promosie**, in 'n aparte afdeling getoets is, word dit nie in figuur 5.13 weergegee nie.

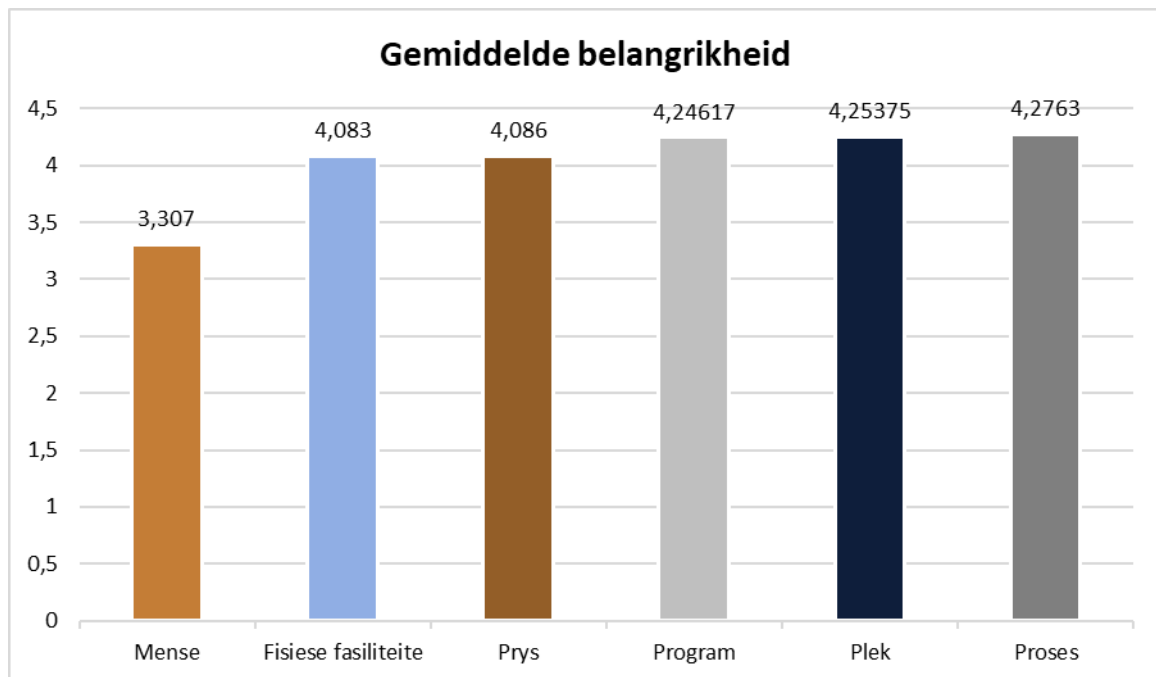


Figuur 5.13: Keusefaktore van Akademia-studente volgens die bemarkingsmengsel

Vanuit figuur 5.13 kan gesien word hoe die keusefaktore wat in die kwantitatiewe studie ondersoek is, bydra tot ses van die sewe elemente van die bemarkingsmengsel. Hierdie grafiek gee 'n duidelike uiteensetting van die verdeling van die faktore per

bemarkingsmengsel-element. Daar is egter nie ewe veel faktore per element getoets nie, en daarom verteenwoordig die grafiek nie die relatiewe bydrae van elke element tot die samestelling van die instelling se bemarkingsmengsel nie.

Figuur 5.14 dui die gemiddelde belangrikheid van elke bemarkingsmengsel-element aan gebaseer op die gemiddelde waarde van die faktore wat daardie element uitmaak. Ook hier is “promosie” buite rekening gelaat.



Figuur 5.14: Die belangrikheid van bemarkingsmengsel-elemente gebaseer op die gemiddelde belangrikheid van keusefaktore vir studente

Die data wat in figuur 5.14 weergegee word, dui daarop dat mense die minste belangrike van die bemarkingsmengsel-elemente vir studente van Akademia is. Fisiese fasiliteite (bestaande uit twee keusefaktore) en prys (bestaande uit drie keusefaktore) blyk naastenby ewe belangrik vir studente te wees. Daar is geringe verskille tussen die belangrikheid van program, plek en proses, maar daar moet gelet word op die feit dat slegs een keusefaktor met betrekking tot proses ondersoek is, terwyl plek uit vier en program uit ses keusefaktore opgemaak is.

Aangesien mense nie as 'n belangrike bemarkingselement aangedui is in die keusefaktore nie, word daar onder die bespreking oor inligtingsbronne verder ondersoek ingestel oor die bydrae van mense as deel van promosie.

Teen die agtergrond van die visuele voorstelling van die verdeling van keusefaktore as elemente van die bemarkingsmengsel, en die belangrikheid daarvan vir studente, word die implikasies van die verskille in keusefaktore vir HOI's vervolgens bespreek.

5.3.7 Blootstelling aan en belangrikheid van inligtingsbronne

Hierdie afdeling het ten doel gehad om die tweede navorsingsvraag te beantwoord.

Navorsingsvraag 2: Watter inligtingsbronne het Akademia-studente gebruik in hulle keuse van 'n HOI?

Nadat studente in die eerste fase van die besluitnemingsproses bewus geword het van 'n behoefte aan verdere studies, word inligting oor moontlike HOI's ingesamel deur sekere inligtingsbronne te raadpleeg. Studente gebruik hierdie inligting om moontlike opsies van HOI's te ondersoek waaruit hulle finale keuse uiteindelik gemaak word. Soos in hoofstuk 3 bespreek, maak studente gebruik van persoonlike bronne soos familie en vriende, ook van niepersoonlike bronne soos webwerwe, brosjures en opedae. Wanneer 'n instelling weet watter inligtingsbronne deur studente geraadpleeg word en hoe groot die rol is wat hierdie bronne in die besluitnemingsproses speel, kan die nodige hulpbronne gefokus word op hierdie inligtings- en promosiemiddele. Op so 'n wyse kan 'n HOI meer effektief met die teikenmark kommunikeer.

Die laaste deel van die beskrywende ontleding ondersoek die resultate van Afdelings D en E. Hierdie afdelings het gepoog om te bepaal wat die inligtingsbronne is waaraan studente blootgestel is tydens die besluitnemingsproses (Afdeling D), en ook wat die relatiewe belangrikheid is wat hierdie inligtingsbronne speel in studente se besluitnemingsproses.

In Afdeling E is studente gevra om dieselfde inligtingsbronne se relatiewe belangrikheid in die besluitnemingsproses te evalueer op 'n 5-punt Likert-skaal wat strek van "geensins belangrik nie" tot "uiters belangrik" (1= Geensins belangrik nie, 2 = Geringe mate belangrik, 3 = Redelik belangrik, 4 = Baie belangrik, 5 = Uters belangrik). In tabel 5.7 word die persentasie respondente wat blootstelling aan hierdie faktore gehad het aangedui, sowel as die gemiddeld, standaardafwyking en persentasie respondente per opsie.

Sommige van die faktore in Afdeling D is in Afdeling E saamgevoeg as gevolg van 'n groot mate van ooreenstemming. Dus verskyn die blootstelling-persentasie by elke individuele faktor, maar die res van die ontleding is slegs op die eerste relevante faktor

van 'n groepering voltooi, byvoorbeeld “Opedag...” en “Inligtingsessies...” van Afdeling D is in Afdeling E gekombineer in “Opedag of inligtingsessie”.

Tabel 5.7: Blootstelling aan en belangrikheid van inligtingsbronne

Rangorde	Inligtingsbron/Promosie	Blootstelling-persentasie	Persentasie van respondente in elke sel					Gemiddeld	Standaardafwyking
			Geensins belangrik nie	Geringe mate belangrik	Redelik belangrik	Baie belangrik	Uiters belangrik		
			1	2	3	4	5		
1	Webwerf	84%	3.79	0.76	9.09	19.70	66.67	4.447	0.968
2	Opedag bygewoon (14 Sept 2019)	17%	2.27	6.06	12.88	30.30	48.48	4.167	1.020
	Inligtingsessie bygewoon	58%							
3	Studenteadviseur by sentrum gesprek	32%	7.58	6.06	28.03	28.03	30.30	3.674	1.188
	Skoolbesoek deur studenteadviseur	34%							
	Oproep met studenteadviseur	30%							
	Oproep met administratiewe personeel	41%							
	WhatsApp met studenteadviseur	27%							
4	Facebook	40%	9.85	9.09	25.76	24.24	31.06	3.576	1.285

5	Huidige studente	33%	10.61	12.88	23.48	28.79	24.24	3.432	1.279
6	Brosjure	50%	8.33	9.85	35.61	26.52	19.70	3.394	1.158
7	Vriende/kollegas/familie	63%	12.12	12.88	25.76	27.27	21.97	3.341	1.289
8	Radioadvertensies of -onderhoude	27%	12.12	11.36	28.79	28.79	18.94	3.311	1.249
9	Nuusbrief	32%	6.82	15.91	40.91	19.70	16.67	3.235	1.118
10	Instagram	31%	18.18	12.88	22.73	22.73	23.48	3.205	1.413
11	SMS ontvang	42%	12.88	12.88	33.33	26.52	14.39	3.167	1.212
12	Iemand in Solidariteit Beweging	20%	15.15	11.36	31.06	26.52	15.91	3.167	1.267
13	Stalletjie by loopbaan-ekspo besoek	10%	15.15	12.88	28.79	27.27	15.91	3.159	1.277
	Stalletjie by fees besoek	8%							
14	Virsekerbeker	19%	18.94	12.88	27.27	21.97	18.94	3.091	1.367
15	Koerant- of tydskrifadvertensies	21%	20.45	12.12	25	27.27	15.15	3.045	1.353
16	Miernes/Solidariteit Beweging kommunikasie	14%	17.42	15.15	30.30	24.24	12.88	3.000	1.272
17	YouTube	20%	18.94	15.91	29.55	19.70	15.91	2.977	1.328
18	Werkgewer	9%	19.70	18.94	26.52	24.24	10.61	2.871	1.281
19	Twitter	9%	27.27	15.15	26.52	14.39	16.67	2.780	1.421
20	#netMatrieks-bootreis	11%	30.30	16.67	29.55	11.36	12.12	2.583	1.348

Die volgende belangrike afleidings kan vanuit tabel 5.7 gemaak word:

- Alle inligtingsbronne wat ondersoek was, was tot 'n mate vir respondente belangrik.
- Die belangrikste inligtingsbron was die webwerf met 'n gemiddelde belangrikheid van 4.447 en die laagste standaardafwyking (0.968). Die tweede belangrikste inligtingsbron was die kombinasie van opedag en inligtingsessies met 'n gemiddelde belangrikheid van 4.167 en standaardafwyking van 1.020. Dit is interessant aangesien slegs 17% respondente die opedag bygewoon het maar daar het wel 58% van die respondente inligtingsessies bygewoon (sien hoofstuk 2 vir 'n verduideliking oor die verskil tussen hierdie twee promosiegeleenthede).
- Die drie belangrikste bronne van inligting is HOI-verwante bronne, en dit dui daarop dat studente verkies om inligting direk van die instelling te ontvang. Hierdie bevindinge is soortgelyk aan dié van Wiese (2008:236), hoewel in haar bevindinge het universiteitspublikasies die plek van studenteadvisers ingeneem, en was kampusbesoeke en opedae belangriker as webwerwe.
- Die inligtingsbronne of promosie-items waaraan respondente die meeste blootgestel was, is die webwerf (84%), vriende/kollegas/familie (63%), inligtingsessies (58%) en brosjures (50%).
- Die inligtingsbronne of promosiegeleenthede waaraan respondente die minste blootgestel was, is stalletjies by feeste (8%), werkgewers (9%) en Twitter (9%).
- Die feit dat slegs 10% van respondente aangedui het dat hulle Akademia se stalletjie by 'n loopbaan-ekspo besoek het, is moontlik omdat slegs 48% van die respondente in 2019 matriek voltooi het, en moontlik nie 'n loopbaan-ekspo bygewoon het waarby Akademia uitgestal het nie.
- Van die sosialemediaplatforms was die meeste blootstelling deur Facebook (40%), gevolg deur Instagram (31%). Dit is 'n interessante bevinding aangesien Facebook dikwels meer as 'n netwerkplatform beskou word as 'n inligtingsplatform, en omdat skoliere in Gordon (2016:97) se studie aandui dat sosiale platforms die minste toepaslike bron van inligting oor HOI's is.

- Aangesig-tot-aangesig (direkte) inligtingsbronne beklee vyf plekke onder die 10 hoogste faktore waaraan studente blootgestel was. Dit is: vriende/kollegas/familie (63%), inligtingsessie bygewoon (58%), skoolbesoek deur studenteadviseur (34%), huidige studente (33%) en studenteadviseur by sentrum gesprek (32%).
- Die belangrikheid van veldbrandbemarking, soos deur Bock et al. (2014:18) en Wiese (2008:229) bevind, word ook ondersteun deur die relatiewe belangrikheid van huidige studente (vyfde) en vriende/kollegas/familie (sewende) in hierdie studie.
- Die feit dat die #netMatrieks-bootreis as die minste belangrike inligtingsbron aangedui is, is omdat 'n baie klein aantal respondente waarskynlik blootstelling aan hierdie promosiegeleentheid gehad het.
- Hoewel radioblootstelling 'n agtste plek behaal het op die ranglys, word gedrukte media (koerant- of tydskrifadvertensies) as 'n veel minder belangrike bron van inligting gesien (15^{de}), moontlik omdat dit meer gesien word as advertensiemiddele as inligtingsbronne. Dit stem ooreen met die bevindinge van soortgelyke studies (Jones, 2002; Maringe, 2006; Wiese, 2008).
- Die resultate toon dat daar nie noodwendig 'n korrelasie bestaan tussen die belangrikheid van die faktor en die blootstelling daaraan nie. Hoewel slegs 40% van die respondente aan Facebook blootgestel was, slegs 33% aan huidige studente en slegs 27% aan radiopromosies, word al drie hierdie bronne as redelik belangrike inligtingsbronne beskou.

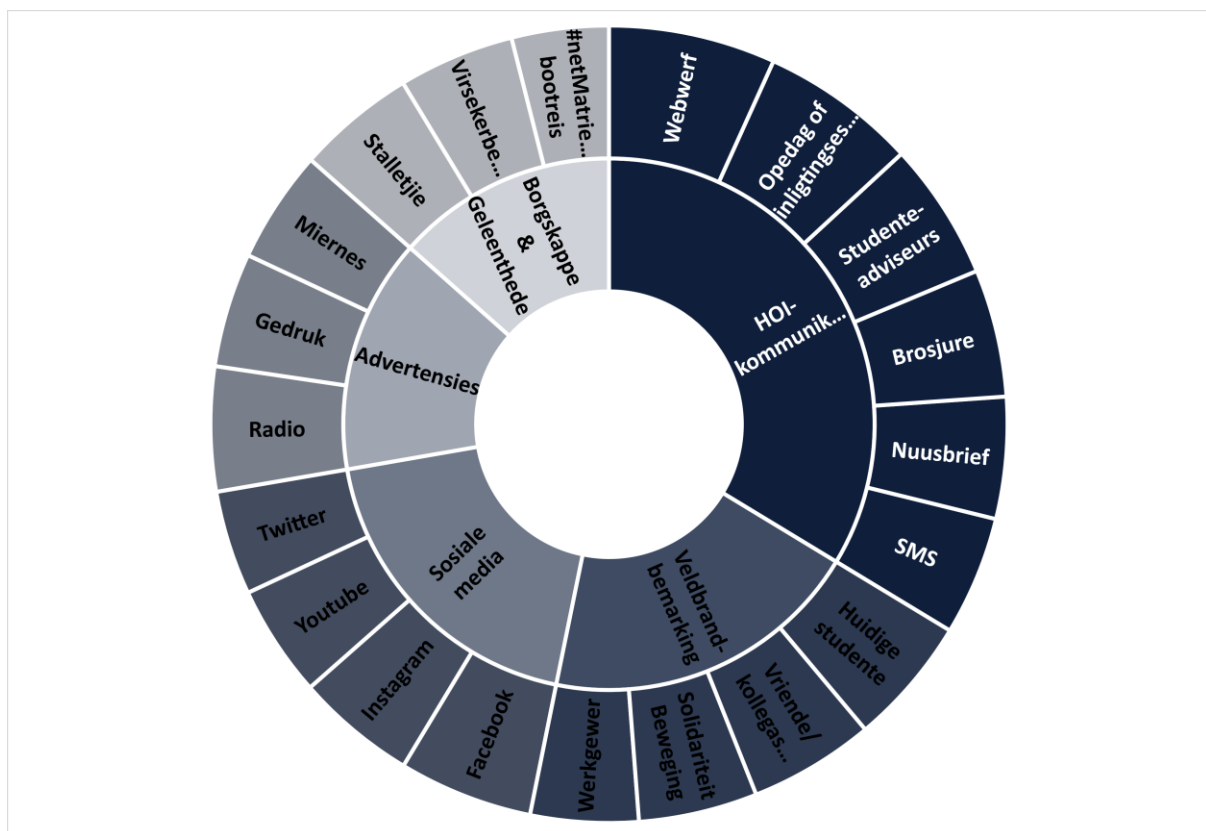
Die bostaande bespreking gee 'n goeie idee van die inligtingsbronne waaraan studente blootstelling gehad het. Dit dui ook op die bemarkings- en promosiegeleentheid waaraan HOI's hulpbronne moet spandeer om inligting effektief aan voornemende studente te kommunikeer. Daar is tydens die telefoniese onderhoud verdere ondersoek ingestel na die inligtingsbronne, wat later bespreek word.

5.3.8 Visuele voorstelling van inligtingsbronne as deel van die promosie-element

Die sewende "P" van die bemarkingsmengsel, naamlik "promosie", stel 'n HOI in staat om aan die teikenmark te kommunikeer wat die samestelling van die res van die

bemarkingsmengsel-elemente is, en hoe die HOI se hulpbronne hivolgens verdeel is. Promosie maak dus ook 'n integrale deel van die bemarkingsmengsel uit, en dit is belangrik dat die hulpbronne hiervoor spandeer word aan effektiewe kommunikasie deur gebruik te maak van die kanale wat die teikenmark gebruik en betroubaar vind.

In figuur 5.15 word die samestelling van promosie as bemarkingsmengsel-element op grond van die belangrikheid van verskillende inligtingsbronne soos in hierdie studie bevind, uitgebeeld. (Die kleurintensiteit verteenwoordig die mate van belangrikheid met die belangrikste bronne wat die donkerste geskakeer is.)



Figuur 5.15: Die belangrikheid van onderskeie inligtingsbronne as promosie-elemente

Uit figuur 5.15 blyk dit dat voornemende studente baie waarde heg aan kommunikasie wat direk vanaf die HOI kom, veral die webwerf, opedag of inligtingsessie en studente-adviseurs. Veldbrandbemarking en sosiale media word beide belangriker geag as advertensies en borgskappe of gebeurtenisse. Die visuele voorstelling dui op die belangrikheid daarvan vir 'n instelling om 'n geïntegreerde bemarkingskommunikasieplan te hê wat optimale gebruik maak van elke inligtingsbron, sodat die regte boodskap aan die regte teikenmark op die regte tyd gekommunikeer kan word. Die

implikasies van hierdie bevindinge aangaande inligtingsbronne vir HOL's word vervolgens bespreek.

5.3.9 Betroubaarheid en geldigheid van die meetinstrument

Die vlak van meting vir die keusefaktore was intervaldata waarvoor 'n Likert-skaal gebruik is. So 'n metingskaal moet betroubaar en geldig wees (soos in hoofstuk 4 bespreek is). Deur Cronbach se alfa-waarde vir die keusefaktore te bereken, kon die navorser die interne konsekwentheid bepaal. Cronbach se alfa-waarde meet hoe goed 'n stel items (veranderlikes) 'n enkele eensydige konstruksie meet. Die algemeen-aanvaarbare afsnypunt in die sosiale wetenskappe is 'n alfa-waarde van 0.70 of hoër (Cohen et al., 2018:774). Hoe hoër Cronbach se alfa-waarde is, hoe meer betroubaar is die skaal. Dus, hoe nader Cronbach se alfa-koeffisiënt aan 1 is, hoe groter is die interne konsekwentheid van die items op die skaal. Indien Cronbach se alfa-waarde groter as 0.70 is, dui dit aan dat al die items op die skaal op dieselfde onderliggende konstruk steun. Cronbach se alfa-betroubaarheid vir die keusefaktore skaal (Afdeling B van die vraelys) as 'n geheel is 0.88 wat aandui dat die skaal as geheel 'n aanvaarbare vlak van interne konsekwentheid het, en geen items is verwyder nie.

Die vraelys vir die studie is ontwikkel deur keusefaktore van soortgelyke studies te gebruik, veral Wiese (2008) se studie is aangepas vir die unieke konteks van Akademia. Die vraelys wat in die studie gebruik is, was geskik vir die navorsingsprobleem en die doel van die studie. Dus is die inhoudsgeldigheid van die vraelys ondersoek.

Na afloop van die verwerking van die vraelys se data, is daar telefoniese onderhoude met sewe van die respondente gevoer. Hierdie onderhoude en die bevindinge word vervolgens bespreek.

5.4 Bespreking van kwalitatiewe data

Die kwalitatiewe studie het ten doel gehad om die derde navorsingsvraag te beantwoord.

Navorsingsvraag 3: Wat behels die besluitnemingsprosesse van Akademia-studente?

In die gemengde navorsingsbenadering wat gevolg is, het die derde stap bestaan uit telefoniese onderhoude met deelnemers wat tydens die kwantitatiewe data-insameling aangedui het dat hulle vrywillig daaraan sal deelneem. Die doel van hierdie onderhoude was om die besluitnemingsproses van studente wat Akademia kies, beter te verstaan. Vanuit die 40 vrywilligers is 'n ewekansige lys van 20 potensiële deelnemers opgestel, wat een-vir-een gekontak is. Wanneer iemand nie beskikbaar was of nie geantwoord het nie, is daar aangebeweeg na die volgende persoon op die lys totdat daar met sewe deelnemers onderhoude gevoer is. Op daardie stadium is teoretiese versadiging bereik, en is daar dus nie verdere onderhoude gevoer nie.

Daar is gebruik gemaak van 'n onderhoudsprotokol wat hoofsaaklik een vraag gevra het: Vertel my hoe het dit gebeur dat jy by Akademia studeer? Hierdie vraag is opgevolg met nog sewe vrae wat gebaseer was op Kotler se vyffase-verbruikersbesluitnemingsproses (Kotler & Fox, 1995:251) om die deelnemers se besluitnemingsproses verder te ondersoek. Die onderhoudsprotokol is vir elke deelnemer gedupliseer om die navorser in staat te stel om notas te maak tydens die gesprekke. Die onderhoude is opgeneem en getranskribeer, en die transkripsies is gekodeer en ontleed.

Skuilname is aan die deelnemers toegeken. Vervolgens word die demografiese profiel van die deelnemers kortliks geskets.

5.4.1 Demografiese profiel van die deelnemers

Van die sewe deelnemers was vier vroulik, en die gemiddelde ouderdom was 25 met Bernice wat die jongste (18 jaar) en Celia wat die oudste (45 jaar) was. Bernice en Celia is beide van Gauteng, Divan is van die Vrystaat, Adéle van die Noord-Kaap en die ander drie deelnemers van die Wes-Kaap. Beide Felicia en Gustav woon klasse by die Bellville studiesentrum by, en Adéle en Divan gebruik beide Bloemfontein se studiesentrum. Verder is Centurion (Bernice), Krugersdorp (Celia) en George (Erik) se studiesentrums ook verteenwoordig.

Celia het reeds 'n diploma voltooi, en Felicia reeds 'n gevorderde diploma voordat hulle hul studies by Akademia begin het. Erik het reeds in 2013 en Gustav in 2017 graad 12 voltooi, maar nog nie voorheen begin studeer nie. Divan het in 2018 gematrikuleer en by 'n residensiële instelling in 2019 begin studeer, maar in 2020 vir studies by Akademia geregistreer. Beide Adéle en Bernice het graad 12 in 2019 voltooi. Adéle en Celia is op die blokkrooster ingeskryf, maar is ook die enigste twee uit die sewe wat voltyds studeer en nie werk nie. Divan dui aan dat hy tussen 10 en 30 ure per week werk, met die ander vier respondente wat almal meer as 30 ure per week werk.

Die studierigtings wat deur die deelnemers verteenwoordig word is Hoër Sertifikaat in Kantooradministrasie (Bernice), Hoër Sertifikaat in Rekeningkunde (Felicia), LLB (Adéle en Celia), en BCom (Ondernemingsbestuur) (Divan, Erik en Gustav). Vir Bernice, Divan en Felicia was Akademia nie hulle eerste keuse van HOI nie. Die volgende afdeling bespreek die bevindinge van die kwalitatiewe data.

5.4.2 Die besluitnemingsproses van Akademia-studente

Soos in hoofstuk 3 bespreek, bestaan die verbruikersbesluitnemingsproses uit vyf fases: behoefte en motief, insameling van inligting, evaluering van alternatiewe, besluitneming en registrasie, en na-aankoop evaluering.

Vervolgens word die resultate van die onderhoude bespreek aan die hand van die vyffase-besluitnemingsproses. Daar is egter nie 'n bespreking oor besluitneming en registrasie nie, aangesien die studente almal gekies het om by Akademia te registreer en dit hulle besluitneming aandui.

5.4.2.1 Behoefte en motief

Vir die meeste van die deelnemers was daar 'n duidelike bewuswording van 'n behoefte wat die proses aan die gang gesit het. Adéle en Bernice was in 2019 matrikulante, en dit was 'n natuurlike volgende stap vir hulle om te gaan studeer. Celia was "opsoek na 'n *career change* en wou nog altyd in die Regte ingegaan het, maar daar was net nog nooit tyd om fisies tyd te maak om te swot nie. So ek het maar net 'n wilsbesluit geneem..." (Celia, telefoniese onderhoud, Augustus 18, 2020). Divan was reeds 'n student by 'n openbare instelling, maar het nie die omgewing geniet nie, en wou by 'n ander instelling studeer. Felicia en Gustav moes verdere studies aanpak as gevolg van vereistes van hul werkgegewers.

Erik was die uitsondering hierop. Dit blyk asof daar nie 'n duidelike motief of behoefte aan studies by Erik bestaan het nie:

Dis 'n snaakse storie eintlik... die begin van die jaar, het my pa 'n SMS gekry van Akademia en ek het gaan kyk na die *website*, en Ondernemingsbestuur daar gesien en toe bel ek en ek hoor daar is 'n opedag, toe gaan ek en dis dit. Ingewing van die oomblik effek amper (Erik, telefoniese onderhoud, Augustus 18, 2020).

Op die vraag of hy dus nie van plan was om in 2020 te studeer nie, het hy geantwoord: "Nee, dit was vir my net so 'n groot skok" (Erik, telefoniese onderhoud, Augustus 18, 2020). Hoewel daar nie 'n duidelike behoefte of motief deur Erik geverbaliseer is tydens die onderhoud nie, was daar moontlik 'n sluimerende behoefte aan 'n kwalifikasie. Dus het die SMS gedien as die bewusmaking van hierdie behoefte en hom tot verdere aksie gedryf.

5.4.2.2 Insameling van inligting

Die insameling van inligting was vir elkeen van die deelnemers die tweede stap. Hoewel Adèle aandui dat sy "n hele ruk terug, nog voordat ek eers hoef te besluit het waar om te studeer" (Adèle, telefoniese onderhoud, Augustus 17, 2020) gehoor het van Akademia, en Bernice reeds vertrouwd was met Akademia omdat haar ma deur die HOI studeer, het hulle ook verdere inligting bymekaar gemaak voordat hulle die besluit geneem het.

Persoonlike bronne van inligting is deur al die deelnemers genoem. Hierdie bronne was ouers (Adèle, Bernice en Divan), familie (Celia, Erik en Felicia) en 'n kollega (Gustav). Die twee skoolverlaters, Adèle en Bernice, het beide ook die loopbaanskou by die skool genoem as 'n plek waar hulle inligting oor HOI's en studierigtings bymekaar gemaak het. Nie een van hierdie twee deelnemers het die webwerf gebruik vir inligting nie, terwyl al vyf die ander deelnemers duidelik melding van die webwerf gemaak het. Die opedag is slegs deur Bernice en Erik bygewoon. Die ander belangrike persoon wat deur vier van die deelnemers genoem is, is die streekswerwer. Divan, Erik, Felicia en Gustav het almal genoem dat die werwers hulle flink gehelp het met hulle navrae, goeie raad gegee het, en vriendelik en professioneel was. Erik en Felicia noem ook ander personeel soos administratiewe personeel met wie hulle 'n goeie ervaring gehad het.

E-posse van Akademia is deur twee deelnemers genoem as bronne van inligting, en sosiale media deur drie deelnemers. Verder was *Maroela Media*, radio-advertensies, Solidariteit, SMS'e en brosjures elk een keer genoem as bronne van inligting. Direkte bronne van inligting, hetsy persoonlike bronne of eksterne bronne, was dus van meer belang vir die insamel van inligting as wat ander bronne soos massamedia en gedrukte promosiemateriaal was.

5.4.2.3 Opweeg van alternatiewe

In die instellings wat oorweeg is, kan 'n duidelike onderskeid gesien word tussen skoolverlaters en werkende deelnemers. Adéle het ook by die Noordwes-Universiteit (NWU) aansoek gedoen, terwyl Bernice by beide NWU en die Universiteit van Pretoria (UP) aansoek gedoen het, maar nie by een van hierdie twee instellings keuring gekry het nie. Adéle het wel keuring gekry by NWU vir onderwys:

... maar ek wou nie onderwys studeer het nie ... ek kon nie die LLB daar gevat het nie, want hulle het dit nie op afstand aangebied nie ... en by Akademia, soos ek gesê het, was die Afrikaans én die feit dat ek afstand kon studeer, twee groot bonuspunte vir my (Adéle, telefoniese onderhoud, Augustus 17, 2020).

Divan het sy studies by die Universiteit van die Vrystaat (UV) begin, maar ná twee maande het hy gevoel dat hy nie inpas by die omgewing nie, en het sy studies daar gestaak:

Ek kom oorspronklik van Johannesburg af, so toe dink ek daaraan om weer terug te keer na my ouerhuis toe, en dan kan ek by Tukkies (UP) swot want al my pelle het daar geswot, maar toe ek uitvind Akademia is in Bloemfontein en in Centurion, toe verkies ek dit ... so dit het my baie gemotiveer om ja te sê vir Akademia en nie na soos Tukkies toe te gaan en te gaan stagneer vir drie of vier jaar tot jou graad klaar is nie (Divan, telefoniese onderhoud, Augustus 18, 2020).

Die instellings wat deur die werkende deelnemers oorweeg is as alternatiewe was Unisa, Milpark en die Universiteit van Stellenbosch (US) se afstandsleerprogram. Vir hierdie studente was daar dus geen ander keuse as om te kan studeer terwyl hulle werk nie. Slegs Erik dui aan dat hy geen alternatiewe oorweeg het nie omdat dit 'n

“ingewing-van-die-oomblik-ding” was (Erik, telefoniese onderhoud, Augustus 18, 2020).

Wanneer daar gekyk word na die faktore wat vir die deelnemers 'n rol gespeel het in hulle keuse van 'n HOI, is die feit dat hulle na-uurs kon studeer deur al die deelnemers genoem – selfs deur Adéle en Bernice wat skoolverlaters was, hoewel Bernice intussen deelyds begin werk het. Ook is die feit dat hulle in Afrikaans kon studeer deur al die deelnemers behalwe Divan genoem, hoewel hy wel na die kultuur van Akademia verwys het, wat ook die onderrigtaal insluit.

Die geleentheid om 'n spesifieke studierigting te studeer waarin hulle belanggestel het, is deur al die deelnemers behalwe Bernice genoem, wat toelating tot 'n hoër sertifikaat gekry het, terwyl 'n graad eintlik haar eerste keuse was. Gustav het ook die toelatingsvereistes as 'n faktor genoem, aangesien hy afgekeur is by Unisa, waar Akademia ook sy CV (met ander woorde erkenning van vorige leer) in ag geneem het om vir hom toelating te gee tot BCom (Ondernemingsbestuur), wat die rigting is wat hy graag wou studeer.

Akademia se gevorderde tegnologie is genoem deur twee van die deelnemers, hoewel dit uit hulle stellings blyk dat dit 'n groter rol gespeel het tydens hulle ervaring as studente, as in hulle oorweging van instellings. Oor tegnologie het Adéle gesê:

Die feit dat die tegnologie so gevorderd is, dat ek ten spyte van al die inperkings nog steeds my eksamen kon skryf, my klasse kan kry, al daai goed (Adéle, telefoniese onderhoud, Augustus 17, 2020).

Adéle verwys hier duidelik na hoe Akademia die nasionale inperking van Maart tot September 2020 hanteer het – faktore wat sy nie tydens haar besluitneming reeds kon oorweeg nie. Die gevorderde tegnologie was egter iets waaraan sy blootstelling gehad het tydens haar besluitnemingsproses, en dit kon dus steeds haar keuse beïnvloed, hoewel die gebruik van die tegnologie onder die spesifieke omstandighede nie noodwendig toe al aan haar bekend was nie.

Oor kontakonderrig het Bernice die volgende opgemerk:

Daar is nou nie juis so groot studentelewe ... nie, maar ongeag dit, ek het nog steeds altyd studiesentrum toe gegaan en dit was lekker gewees, en ek het nog steeds deel gevoel van iets, maar ek kon ander goed

intussen doen ook... En dit is wat my vriendinne op jaloers was (Bernice, telefoniese onderhoud, Augustus 17, 2020).

Vir Bernice was die kontakonderrig, soos verduidelik in hoofstuk 2, een van die belangrike faktore. Weereens was haar verwysing hierna vanuit haar ervaring as student, maar sy was wel bewus van hoe die klasse by Akademia aangebied word voordat sy haar besluit geneem het.

Vir Erik was na-uurse studies baie belangrik, maar hy het, soos Bernice, behoefte gehad aan kontak met dosente en ander studente:

En die ander ding was die klasse. Ek het nie kans gesien om soos deur Unisa te studeer nie en aangesien ek voltyds werk moes dit kon inpas by my skedule... (Erik, telefoniese onderhoud, Augustus 18, 2020).

Gustav beaam grootliks die sentiment dat die kontak-komponent van belang en waarde is, en wys veral op die menslikheidsfaktor daarva:

... ek weet almal praat van Unisa en jy swot *online*, maar ek hou nie van Unisa nie. Dit voel of jy by 'n *computer* skoolgaan. Daar is niemand wat *actually* daar is nie. Maar nou het ek *actually* mense wat met my praat, om my is – by Akademia – en ek *love* dit (Gustav, telefoniese onderhoud, Augustus 20, 2020).

Veral die feit dat klasse opgeneem word en beskikbaar gestel word aan studente om later weer te luister, is vir Celia 'n belangrike faktor. Sy sou moontlik nie die waarde hiervan besef het alvorens sy die besluit geneem het om by Akademia te studeer nie, maar sy was wel vooraf bewus van hierdie voordeel van die onderrigleermodel:

Die feit dat die aanlyn klasse op rekord geplaas word, dit word opgeneem en jy kan in jou eie tyd drie of vier keer na dieselfde les oor luister... Ek kan nie aan 'n beter manier dink hoe die studente vandag nog kan studeer as dit wat julle bied nie (Celia, telefoniese onderhoud, Augustus 18, 2020).

'n Belangrike komponent van die onderrigleermodel is die Spens. Die gebruik hiervan word ook aan studente verduidelik as deel van die werwingsproses, maar die waarde van die leerbestuurstelsel was ook vir Felicia iets wat sy as student werklik eers besef het:

... die feit dat daar die Spens is, is 'n groot pluspunt. Spesifiek, soos ek bedoel nou met hierdie pandemie wat nou aangaan. Ek het nou die aand vir my ouers gesê ek weet nie wát ek sou doen nie, want my kollegas swot ook, en my een kollega se leerproses het totaal gaan stop, want hulle het nie 'n aanlyn opsie nie (Felicia, telefoniese onderhoud, Augustus 20, 2020).

Die eienskap van die onderrigleermodel wat vir Divan uitstaan, is die gerief van kommunikasie, en die effektiwiteit waarmee dit gebruik word:

So Akademia wat op die internet is en al die dosente wat met jou kommunikeer en sê “vanaand se klas begin nou so laat en nie meer so laat nie”, alles is vooraf. Dit het my baie gehelp. So ek dink net die feit dat alles *online* is en hulle kommunikeer konstant *online* waarop ons almal maar heeltyd is, help baie (Divan, telefoniese onderhoud, Augustus 18, 2020).

Ander faktore wat die deelnemers laat besluit het om Akademia te kies was “... by die opedag, dit het 'n goeie indruk geskep waarvoor Akademia staan...” (Erik, telefoniese onderhoud, Augustus 18, 2020), “... my lokaal waar ek my klasse moet neem is net vier minute van my werk af, so dit was baie gemaklik en veilig” (Felicia, telefoniese onderhoud, Augustus 20, 2020), en “die aansoekproses was so maklik” (Felicia, telefoniese onderhoud, Augustus 20, 2020).

Die keusefaktore van studente wat by Akademia studeer wat uit die telefoniese onderhoude na vore kom, is: na-uurse studies; geleentheid om in Afrikaans te kan studeer; die unieke leermodel en die gevorderde tegnologie waarvan Akademia gebruik maak; beskikbare studierigtings; Akademia se waardes en kultuur; indruk wat Akademia se bemarkings- en administratiewe personeel laat; gerief van die aanlyn aansoekproses; algemene indruk, ligging en veiligheid van die studiesentrum; en toelatingsvereistes.

5.4.2.4 Na-aankoop evaluering

Die deelnemers is ook gevra hoe hulle voel oor hulle besluit nadat hulle reeds 'n paar maande besig is met hulle studies. Elkeen van die deelnemers was tevrede en gelukkig met hulle besluit. Bernice en Celia het gesê hulle is glad nie spyt nie. Adèle het aangedui dat, wanneer sy haar studies met haar vriendinne se studies vergelyk,

die vlak van werk wat Akademia doen meer gevorderd is, en dat sy ook meer vrymoedig voel om deel te neem aan besprekings in die klas oor byvoorbeeld politieke kwessies “en jy gaan nie noodwendig in die moeilikheid kom nie” (Adéle, telefoniese onderhoud, Augustus 17, 2020).

Bernice se slotsom was:

Ek gaan nie aansoek doen by Tuks (UP) of Potch (NWU) of enige van daai plekke nie. Ek WIL volgende jaar by Akademia aangaan. Dit is vir my so lekker om daar te wees. Dit is so professioneel, en alles werk net goed en alles is skoon en netjies... jy is deel van 'n familie, maar jy is nie noodwendig heeltyd by die kampus nie (Bernice, telefoniese onderhoud, Augustus 17, 2020).

Divan is ook verlig dat hy sy akademiese jaar byna voltooi het ten spyte van talle uitdagings, terwyl sy vriende by ander universiteite nie so gerus is nie. Erik en Felicia gebruik ook spesifiek die woord “beïndruk” om te verwys na hulle gevoel oor Akademia. Gustav beveel Akademia vir enigiemand aan: “Ek wil so graag hê my boetie moet ook deur julle (Akademia) swot. Altyd as ek ook met mense praat – ek vertel hulle net hoe goed Akademia is...” (Gustav, telefoniese onderhoud, Augustus 20, 2020).

Uit die bostaande bespreking kan gesien word dat Akademia se studente grootliks wel Kotler se vyffase-besluitnemingsproses (Kotler & Fox, 1995:251) gevolg het in hulle keuse van HOI. Die uitsondering is moontlik Erik, hoewel 'n dieper gesprek met die deelnemer nodig sou wees om sy agtergrond en geskiedenis te verstaan, wat moontlik 'n sluimerende of onbewustelike behoefte aan verdere studies sou aandui. Nadat die deelnemers vir verskeie redes 'n behoefte aan verdere studies gehad het, het hulle 'n soeke na inligting onderneem deur grootliks op persoonlike en direkte bronne staat te maak en dit aan te vul met inligting vanaf die webwerf en brosjures. Alternatiewe instellings is oorweeg na gelang van die deelnemers se behoefte aan voltydse of na-uurse studies. Die keusefaktore wat die deelnemers se keuse van HOI beïnvloed het, was veral die geleentheid om na-uurs in Afrikaans te studeer, met die ondersteuning van 'n unieke leermodel en gevorderde tegnologie. Die bemerkingspersoneel van Akademia het ook 'n goeie indruk by deelnemers geskep en hulle is oor die algemeen beïndruk met die akademiese, administratiewe en ondersteunende personeel van die

instelling. Die aankoopbesluit van al die deelnemers het gelei tot registrasie by Akademia, en hierdie stap van die proses is nie ondersoek in die onderhoude nie. Die deelnemers se evaluering van hulle besluit, nadat hulle reeds 'n paar maande studente by Akademia is, is dat hulle baie tevrede is met hulle besluit en steeds beïndruk is met die instelling, veral met die wyse waarop Akademia klasse en assesserings hanteer het tydens die COVID-19-pandemie en gepaardgaande inperkings.

5.5 Slotperspektief

Hierdie hoofstuk het die resultate van beide die kwalitatiewe en kwantitatiewe data-insameling ontleed en bespreek. Met 'n responskoers van 25% is genoeg data ingesamel om die statistiese verwerking van die data sinvol te maak.

Die beskrywende data het grootliks ooreengestem met die data wat verwag kon word van die studenteprofiel van Akademia. Deur die demografiese data kon die unieke profiel van Akademia-studente bevestig word, deurdat eerstejaarstudente nie net deur skoolverlaters verteenwoordig word nie. Die meerderheid van die respondente het nie direk na matriek by Akademia met studies begin nie, terwyl sommige reeds vorige kwalifikasies voltooi het voordat hulle studies by Akademia begin het. Die studenteprofiel van Akademia bestaan ook uit 'n groot getal werkende studente, wat 'n unieke teikenmark verteenwoordig in terme van keusefaktore en inligtingsbronne wat belangrik is.

Die eerste navorsingsvraag het ondersoek ingestel na die faktore wat studente se keuse om by Akademia te studeer, beïnvloed het. Hierdie vraag is in die elektroniese vraelys beantwoord deurdat studente 'n waarde aan die belangrikheid van elke faktor gekoppel het. Gehalte van onderrig is hivolgens aangedui as die belangrikste faktor in studente se oorweging van 'n Afrikaanse privaat HOI, gevolg deur die veiligheid van die studiesentrum, en die geleentheid van beter werk na voltooiing van 'n kwalifikasie. In 'n kontrolevraag in die elektroniese vraelys, is die belangrikheid van na-uurse studies en Afrikaans as onderrigtaal in studente se keuse van dié spesifieke HOI, ook aangedui. Daar is ook bevind dat studente van hierdie HOI se keuse nie werklik beïnvloed is deur mense nie, en dat faktore aangaande die HOI se programaanbod, fisiese fasiliteite en finansies 'n groter rol speel. Die resultate was voldoende om die eerste navorsingsvraag te kan beantwoord.

Die tweede navorsingsvraag het gehandel oor die inligtingsbronne wat Akademia-studente gebruik in hulle keuse van 'n HOI. Hierdie vraag is beantwoord deur twee afdelings in die elektroniese vraelys wat ondersoek ingestel het wat studente se blootstelling aan sekere inligtingsbronne was, en ook hoe belangrik hierdie inligtingsbronne geag word. Daar is gevind dat daar nie 'n verband is tussen studente se blootstelling aan inligtingsbronne en hoe belangrik hulle die bronne ag nie. Die webwerf is egter die inligtingsbron wat die meeste blootstelling geniet het en ook as die belangrikste aangedui is. Die meeste waarde word geheg aan bronne wat deur die HOI bestuur word soos die webwerf, opedae en inligtingsessies, studenteadvisers, die Akademia Facebook-bladsy, huidige studente, brosjures, radioadvertensies en nuusbriewe. Dit beteken dat voornemende studente waarde heg aan die betroubaarheid van bronne wat direk verband hou met die instelling, hoewel veldbrandbemarking in die vorm van huidige studente en vriende, kollegas of familie ook hoog aangeskryf word. Tradisionele media soos koerant- of tydskrifadvertensies is nie vir hierdie respondente belangrik nie, en dit sou kon beteken dat HOI's hulpbronne moet herprioritiseer om optimaal aan voornemende studente te kommunikeer. Die tweede navorsingsvraag is voldoende beantwoord deur die data wat ingesamel is.

Die derde en laaste navorsingsvraag het die besluitnemingsprosesse van studente wat Akademia kies ondersoek deur telefoniese onderhoude met sewe vrywillige deelnemers wat ook aan die kwantitatiewe studie deelgeneem het. Die bevindinge van die kwalitatiewe studie was dat die deelnemers se besluitnemingsproses ooreenstem met Kotler se vyffase-besluitnemingsproses (Kotler & Fox, 1995:251), buiten vir een deelnemer wat nie 'n doelbewuste behoefte aan studies (fase een) gehad het aan die begin van die proses nie. Vir hierdie deelnemers was webwerwe en studenteadvisers belangrike bronne van inligting tydens hulle soeke na inligting (fase twee) en hoewel hulle alternatiewe instellings oorweeg het (fase drie), was dit veral die geleentheid om na-uurs te studeer en in Afrikaans te studeer wat hulle keuse van 'n Afrikaanse privaat HOI bevestig het. Aangesien hulle almal ingeskrewe studente aan Akademia is, is fase vier (registrasie) nie ondersoek nie, maar die terugvoer op fase vyf (na-aankoop evaluering) is positief en die deelnemers is steeds tevrede met hulle keuse van HOI. Die derde navorsingsvraag is dus bevredigend beantwoord deur die kwalitatiewe studie.

Die resultate wat in hierdie hoofstuk verkry is, mag van belang wees vir bemarkingsbestuurders van HOI's in die beplanning van hulle werwing-, kommunikasie- en bemarkingsstrategieë. Die data wat verkry is aangaande werkende studente se keusefaktore bied insig in 'n teikenmark wat nie voorheen in Suid-Afrika ondersoek is nie. Die resultate van die studie sal veral bruikbaar wees vir die bemarkingsafdeling van Akademia, aangesien die studie fokus op die keusefaktore en inligtingsbronne van studente by hierdie Afrikaanse privaat HOI. Die volgende hoofstuk is die slothoofstuk, waarin gevolgtrekkings en aanbevelings gebaseer op die bevindinge van hierdie hoofstuk, gemaak word.

Hoofstuk 6

Gevolgtrekkings, samevatting en aanbevelings

6.1 Inleiding

In die vorige hoofstuk is die resultate van die kwalitatiewe en kwantitatiewe studies weergegee. Die slotperspektief van hoofstuk 5 gee ook 'n samevatting van hoe die studie elkeen van die navorsingsvrae aangespreek het. In hierdie finale hoofstuk (hoofstuk 6) word gevolgtrekkings gemaak, gebaseer op die hoofbevindinge van die vorige hoofstuk. Daarna word die implikasies van die bevindinge aangaande die faktore wat studente motiveer om by 'n Afrikaanse privaat hoërondewysinstelling te studeer, bespreek. Die beperkinge van die studie word ook uiteengesit en voorstelle vir toekomstige studies word gemaak.

6.2 Hoofbevindinge aangaande keusefaktore van studente

Vir 'n HOI om suksesvol te wees, is studentegetalle belangrik, en om die nodige studentegetalle te verkry, word 'n effektiewe bemarkingstrategie benodig. Die basis van effektiewe bemarking is 'n goeie begrip van die teikenmark se behoeftes en besluitnemingsprosesse sodat daar aan die nodige behoeftes voorsien kan word. 'n Goeie kennis van die teikenmark stel HOI's ook in staat om hulpbronne vir bemarking aan die regte studente op die regte tyd deur die regte inligtingsbronne toe te ken. Hierdie studie het ten doel gehad om die teikenmark van 'n Afrikaanse privaat HOI in hierdie opsigte beter te verstaan.

6.2.1 Gevolgtrekkings aangaande die hoofbevindinge van keusefaktore

Die studie het die relatiewe belangrikheid van 24 keusefaktore, soos bespreek in hoofstuk 4, ondersoek. In die bespreking wat volg word die rangorde van die keusefaktore volgens die relatiewe belangrikheid aangedui deur die nommer in hakies.

Die bevindinge van die kwantitatiewe studie toon dat gehalte van onderrig (1), veiligheid van die studiesentrum (2) en die moontlikheid van 'n beter werk na voltooiing van 'n kwalifikasies (3), die belangrikste motiveringsfaktore van studente was.

Hierdie faktore is gevolg deur ligging van die studiesentrum (4), gerief van die aanlyn aansoekproses (5), beskikbare studierigtings (6), studiekoste (7), die gevorderde tegnologie waarvan Akademia gebruik maak (8), Akademia se waardes en kultuur (9) en die afbetalingsopsies wat Akademia bied (10) om die top tien motiveringsfaktore uit te maak.

Na-uurse studies (11), Akademia se reputasie (12), Akademia se unieke onderrigleermodel (13), algemene indruk van die studiesentrum (14), toelatingsvereistes (15), die geleentheid om in Afrikaans te studeer (16), rentevrye studielenings wat Helpende Hand aan Akademia-studente bied (17), indruk wat Akademia se administratiewe personeel laat (18) en die indruk wat Akademia se bemerkingspersoneel laat (19), was almal relatiewe belangrike motiveringsfaktore.

Die vyf faktore wat die minste belangrik was, was die invloed van 'n Akademia-studenteadviseur (20), die invloed van familie (21), die invloed van 'n onderwyser by die skool (22), die invloed van vriende (23) en die invloed van 'n kollega by die werk (24).

Vir interne kontrole was daar ook 'n vooraf vasgestelde lys faktore wat respondente moes rangskik in volgorde van belangrikheid. Wanneer die resultate hiervan vergelyk word met die relatiewe belangrikheid van keusefaktore, word daar veral verskille opgemerk ten opsigte van die belangrikheid van na-uurse studies, die geleentheid om in Afrikaans te studeer en die ligging van studiesentrums, wat in die rangordelys as die top drie faktore gekies is. Interaksie met Akademia-personeel en die invloed van ouers was steeds die laagste twee faktore op hierdie rangorde.

Die telefoniese onderhoude wat tydens die kwalitatiewe fase van die studie gedoen is, bevestig die bevindinge van die rangorde in Afdeling C, eerder as die relatiewe belangrikheid van faktore soos deur Afdeling B bepaal. Na-uurse studies en die geleentheid om in Afrikaans te studeer was vir deelnemers aan die telefoniese onderhoude baie belangrik. Toelatingsvereistes, wat 15^{de} in die kwantitatiewe studie is, was ook belangrik in die onderhoude, saam met die unieke leermodel en gevorderde tegnologie, wat onderskeidelik 13^{de} en 8^{ste} volgens relatiewe belangrikheid was.

Verder is daar verskille in die belangrikheid van faktore wat studente van verskillende geslagte, provinsies en studiemodelle, en met verskillende werksomstandighede en vorige kwalifikasies, motiveer om by 'n Afrikaanse privaat HOI te studeer. Hierdie bevindinge bevestig dat die teikenmark nie homogeen is nie en dat deurlopende navorsing nodig is om studente beter te verstaan.

6.2.2 Implikasies van die hoofbevindinge oor keusefaktore

Die bevindinge van hierdie studie stel instellings met ooreenstemmende teikenmarkte in staat om hulpbronne vir die bemarkings-, kommunikasie- en werwingstrategie so te rig dat daar aan die teikenmark se behoeftes voorsien kan word. Dit beteken egter nie dat keusefaktore wat in hierdie studie nie so belangrik was, geïgnoreer moet word nie. Die verhouding tussen die keusefaktore en die inligtingsbronne (wat later bespreek word) moet ook in ag geneem word, om die plek hiervan in die student se besluitnemingsproses te verstaan. Die instelling behoort egter wel die aandag te fokus op die keusefaktore wat vir studente belangrik is, deur te evalueer of die instelling bevredigend hierin presteer: faktore wat tekort skiet te ontwikkel en te versterk waar nodig; en ook die bemarkingsboodskap in ooreenstemming daarmee te bring. Die relatiewe belangrikheid van keusefaktore van studente kan moontlik verdere marksegmente aandui, wat met verskillende bemarkingstrategieë en verskillende bemarkingsboodskappe bereik kan word.

Hoewel daar in die literatuur 'n mate van ooreenstemming tussen die keusefaktore in verskillende studies bevind is, is die keusefaktore van verskillende instellings se studente uniek. Veral in hierdie studie is die bevindinge baie spesifiek tot die keusefaktore van studente aan 'n Afrikaanse privaat HOI, en sal dit moontlik anders lyk vir studente aan ander privaat HO-instellings of openbare instellings. Dit is egter belangrik vir instellings om, volgens die hulpbronne tot hulle beskikking, hulle aanbod in ooreenstemming te bring met die faktore wat belangrik is vir hulle spesifieke teikenmark, om sodoende hulself beter te posisioneer vir die teikenmark en 'n meer mededingende opsie te word.

Die persepsie van die teikenmark speel ook 'n belangrike rol – beide die persepsie oor die instelling en die persepsie oor ander instellings. Deur spesifiek inligting te deel oor hoe die instelling vaar ten opsigte van die faktore wat vir die student van belang is, kan die student se persepsie van die instelling moontlik verander word. Daarom is dit belangrik om te verseker dat die regte inligting oor die keusefaktore wat vir studente belangrik is, wel gekommunikeer word op die regte plek en deur die regte inligtingsbronne (wat later bespreek word).

Studente se keusefaktore word dikwels beïnvloed deur onvolledige en tydgebonde persepsies, en dit mag nodig wees vir die instelling om studente se aandag te fokus op faktore wat hulle moontlik nie so belangrik ag nie. Skoolverlaters sal byvoorbeeld

nie dink dit is belangrik om na-uurs te kan studeer nie, maar wanneer hulle bewus gemaak word van die voordele daarvan om 'n inkomste te verdien en ervaring op te doen terwyl hulle studeer, mag hulle anders daaroor voel. Sekere van die keusefaktore mag dalk ook geassosieer word met 'n HO-kwalifikasie in geheel, eerder as met 'n spesifieke instelling. Wanneer studente daarvan bewus gemaak word dat beter werkseleenthede na voltooiing van 'n kwalifikasie nie noodwendig afhang van die instelling nie, maar van die kwalifikasie, kan hulle moontlik meer alternatiewe instellings oorweeg, en kan ander faktore belangriker word.

Daar moet deurentyd in gedagte gehou word dat die belangrikheid van faktore nou verwant is aan die student se unieke situasie. Hoe beter die student se situasie en persepsie verstaan word, hoe beter kan die student se keusefaktore bepaal en moontlik verander word om die instelling 'n meer aantreklike opsie vir die student te maak. So mag 'n student dalk dink dat dit beter is om in Engels te studeer aangesien die besigheidswêreld Engels is, maar wanneer die belangrikheid van moedertaal-ondererrig aan die student verduidelik word, mag die opinie moontlik verander.

Wanneer navorsing gedoen word om die teikenmark beter te verstaan, is dit nodig dat daardie kennis aangewend word om die instelling se mededingende posisie te verbeter. Hoe die HOI hierdie kennis aanwend sal afhang van hulle beskikbare hulpbronne, hoe hulle mededingende posisie daar uitsien en hoe hulle presteer op grond van die keusefaktore van voornemende studente. Voorstelle om hierdie kennis van die keusefaktore aan te wend, word vervolgens bespreek.

6.2.3 Aanbevelings aangaande keusefaktore

Hierdie studie het die faktore bepaal wat studente motiveer om by 'n Afrikaanse privaat HOI te studeer. Vanuit die faktore wat in hierdie, en ook ander soortgelyke studies bepaal is, kan daar gefokus word op die keusefaktore wat belangrik is vir 'n instelling se spesifieke teikenmark. Die keusefaktore is 'n aanduiding van die teikenmark se behoeftes en begeertes, en die instelling behoort hierdie faktore spesifiek in die bemarkingstrategie te ondervang. Die eerste fokus moet wees om die belangrikste faktore te ontwikkel en suksesvol te bemark voordat minder belangrike faktore ook aandag geniet. Faktore wat op 'n sekere stadium vir die verbruiker minder belangrik is, kan in belangrikheid toeneem na gelang van omstandighede. HOI's se gebruik van tegnologie was byvoorbeeld nie noodwendig voorheen 'n belangrike faktor vir studente nie, maar tydens die COVID-19-pandemie het aanlyn leer vir almal 'n werklikheid

geword, en kon die belangrikheid van hierdie faktor vir studente moontlik verander. Deur te fokus op keusefaktore wat dalk minder belangrik is, kan HOI's ook hulself posisioneer in 'n nismark.

'n Gerieflike **aanlyn aansoekproses** was in hierdie studie 'n belangrike faktor, aangesien dit voornemende studente in staat stel om aansoek te doen op 'n tyd en plek wat hulle pas. 'n Gebruikersvriendelike aansoekproses met wenke vir die voltooiing van moeilike afdelings en maklike toegang tot ondersteuning waar dit nodig mag wees, kan 'n goeie indruk maak op voornemende studente en 'n rol speel in die finale keuse van 'n HOI.

Duidelike kommunikasie oor programme wat aan SAKO-vereistes voldoen en deur die HOGK geakkrediteer is, kan vir studente gemoedsrus gee oor die gehalte van onderrig wat 'n instelling bied – die belangrikste keusefaktor volgens hierdie studie. Indien 'n HOI toeganklikheid kan verbreed met oorbruggingskursusse of kwalifikasies met laer toelatingsvereistes, wat toelating bied tot meer gevorderde studierigtings, sal die instelling vir 'n groter verskeidenheid van studente aantreklik wees.

Die **veiligheid van 'n instelling** mag Suid-Afrikaanse studente, veral vroulike studente en skoolverlaters, se keuse beïnvloed. Verder kan die **ligging van die instelling** vir werkende studente, wat nie onnodig tyd in verkeer wil spandeer nie, 'n rol speel. Vir baie werkende studente sal studies nooit moontlik wees indien dit nie na-uurs kan plaasvind nie, en vorm dit 'n belangrike keusefaktor. HOI's kan baat by 'n bewustheid van voornemende studente se behoeftes ten opsigte van die tyd en plek waar studies vir die student moontlik is, en aanbiedinge in ooreenstemming hiermee.

Duidelike inligting aangaande die totale studiekoste word hoog aangeslaan deur voornemende studente, terwyl versteekte koste waarvan studente later uitvind, 'n negatiewe gevoel by studente kan skep, aangesien die **studiekoste en finansieringsopsies** vir studente kan dien as die deurslaggewende faktor wanneer daar tussen soortgelyke HOI's gekies moet word.

Die eerste indruk van 'n instelling en die fasiliteite wat dit bied, het ook 'n invloed op voornemende studente se besluitnemingsproses. Dit is dus vir 'n HOI strategies belangrik om te verseker dat die nodige instandhouding aan **fisiese fasiliteite** gedoen word, terwyl gevorderde tegnologie noodsaaklik is vir 'n instelling wat hibriede of aanlyn onderrig bied. 'n **Webwerf** wat van lyn af is of 'n aanlyn aansoekproses wat

probleme gee, sal ook lei tot 'n bepaalde persepsie by die verbruiker ten opsigte van die instelling se fisiese fasiliteite.

Hoewel die invloed van mense nie sterk na vore gekom het in hierdie studie nie, is mense tog belangrik om die beloftes soos in die bemarkingsmateriaal uiteengesit is, uit te voer. Studente het 'n behoefte om met die **kultuur en waardes** van 'n instelling te kan assosieer, en aspekte soos die samestelling of diversiteit van huidige studente, die taalbeleid van die instelling, studentelewe van die instelling en kontak met die personeel van die instelling, kan 'n voornemende student help besluit of hulle "tuis" voel by die instelling, al dan nie.

Daar is 'n duidelike integrasie van promosie in die bostaande bespreking, deurdat die HOI se voldoening aan en prestasie ten opsigte van keusefaktore in bemarking aan voornemende studente gekommunikeer kan word. Soos ook vroeër verduidelik, is promosie as 'n keusefaktor ondersoek ten opsigte van die **inligtingsbronne** waarvan studente gebruik maak. Die bevindinge hiervan word vervolgens bespreek.

6.3 Hoofbevindinge aangaande inligtingsbronne deur studente gebruik

In die besluitnemingsproses is die insameling van inligting 'n belangrike stap waartydens studente staatmaak op verskillende inligtingsbronne. Indien die instelling kan bepaal watter inligtingsbronne die meeste deur studente gebruik word en ook die hoogste aangeskryf word as betroubare inligtingsbronne, kan daar gefokus word om die regte inligting op die regte tyd deur die regte kommunikasiekanale te versprei. Vervolgens word die hoofbevindinge van die ondersoek na studente se inligtingsbronne in hierdie studie bespreek.

6.3.1 Gevolgtrekkings aangaande die hoofbevindinge oor inligtingsbronne

Die instelling se webwerf (1) is deur studente aangedui as die belangrikste bron van inligting wat gebruik is in hulle besluitnemingsproses. Dit is gevolg deur die bywoning van 'n opedag of inligtingsessie (2), studenteadvisers (3), Facebook (4), huidige studente (5), brosjures (6), vriende/kollegas/familie (7), radioadvertensies of -onderhoude (8), nuusbriewe (9) en Instagram (10).

Die volgende tien faktore op die lys van belangrike inligtingsbronne was SMS (11), iemand in die Solidariteit Beweging (12), stalletjies by 'n ekspo of fees (13), Virsekerbeker (14), koerant- of tydskrifadvertensies (15), Miernes en ander Solidariteit

Beweging kommunikasie (16), YouTube (17), 'n werkgewer (18), Twitter (19) en die #netMatrieks-bootreis (20).

Vanuit die bostaande kan afgelei word dat die instelling se eie inligtingsbronne soos die webwerf, opedag of inligtingsessie, studenteadvisers en brosjures belangriker was as algemene bronne soos advertensies op radio of in tydskrifte en koerante en promosiegeleenthede soos Virsekerbeker of die #netMatrieks-bootreis. Daar kan ook gesien word dat persoonlike bronne (studenteadvisers, huidige studente en vriende/kollegas/familie) belangriker geag word as niepersoonlike bronne (radio-advertensies, nuusbriewe en sosiale media), buiten vir die webwerf en Facebook wat onder die top vyf inligtingsbronne is.

Die bevindinge van die kwalitatiewe studie bevestig die belangrikheid van persoonlike bronne soos ouers, familie en kollegas as inligtingsbronne, gevolg deur die instelling se webwerf. Skoolverlaters noem skoolbesoeke van die studenteadvisers en loopbaanskoue as nuttig om inligting in te samel oor instellings en studierigtings, terwyl studenteadvisers se hulp en raad ook deur werkende studente ingewin is tydens die besluitnemingsproses. Vanuit die onderhoude is bevestig dat massamedia nie werklik 'n belangrike inligtingsbron is nie.

Die rede dat Facebook as 'n belangrike inligtingsbron genoem word, lê moontlik in die wyse waarop Facebook aangewend word – bloot as bemarkingsplatform of as inligtingsbron wat video's en artikels deel wat voornemende studente kan help met hulle besluitnemingsproses. Vervolgens word die implikasie van hierdie hoofbevindinge bespreek.

6.3.2 Implikasies van die hoofbevindinge aangaande inligtingsbronne

Soos studente se behoeftes en keusefaktore uniek is, is hulle voorkeur inligtingsbronne ook uniek. Daar is egter ooreenstemming in die bronne van inligting wat belangrik is in die besluitnemingsproses van studente wat 'n HOI moet kies. Omdat die meeste voornemende studente nie net op een inligtingsbron staatmaak nie, is dit belangrik vir HOI's om van 'n verskeidenheid bemarkings- en promosiegeleenthede gebruik te maak om inligting te versprei.

Dit is duidelik dat studente meer waarde heg aan inligtingsbronne wat direk van die instelling af kom, soos studenteadvisers, webwerwe en brosjures. Dus behoort die HOI moeite te doen met die inligting wat deur hierdie bronne versprei word en

sekermaak dat die bemarkingskommunikasie in ooreenstemming is met die keusefaktore wat vir studente belangrik is. Die belangrikheid van huidige studente as inligtingsbronne beklemtoon ook die nodigheid van verhoudingsbemarking, wat daarop moet fokus om seker te maak dat huidige studente tevrede is, sodat hulle positiewe inligting oor die instelling sal versprei. Interne kommunikasiekanale soos studentenuusbriewe moet in ooreenstemming gebring word met die eksterne bemarkingsboodskap, sodat studente toegerus is met die nodige inligting om as sinvolle verwysings en inligtingsbronne te dien.

Verskillende teikenmarkte gee voorkeur aan verskillende inligtingsbronne. Waar skoolbesoeke en loopbaanskoue deur skoolverlaters hoog geag is as inligtingsbronne, het werkende studente geen blootstelling hieraan gehad nie. Ook die #netMatrieksbootreis en Virsekerbeker se bemarking is baie spesifiek op skoolverlaters gemik, en sou nie noodwendig die aandag van werkende studente getrek het nie. Kollegas en familie het weer by werkende studente 'n rol gespeel wat nie noodwendig by skoolverlaters voorgekom het nie.

Hoewel promosiemiddele soos nuusbriewe en SMS'e oor die algemeen nie aangedui is as belangrike faktore nie, was daar in die onderhoude studente wat hierdie bronne spesifiek genoem het as 'n kritieke faktor in hulle besluitnemingsproses om hulle bewus te maak van die instelling of van 'n spesifieke kwalifikasie by die instelling. Dit bevestig dat 'n HOI se hulpbronne en aandag versprei moet word tussen 'n verskeidenheid bemarkings- en promosiegeleenthede om verskillende segmente van die teikenmark op verskillende maniere te teiken. Verskillende inligtingsbronne met ondersteunende boodskappe verseker ook geloofwaardigheid deurdat die voornemende studente dieselfde feite op verskillende maniere kan bekom, en die inligting van verskillende bronne kan verifieer. 'n Deurlopende tema, voorkoms en gevoel van bemarkingskommunikasie oor 'n verskeidenheid van inligtingsbronne is noodsaaklik om die instelling se beeld te vestig en die boodskap te versterk.

Hoewel die fokus en hulpbronne van instellings verskil, en die bestaande inligtingsbronne wat instellings gebruik in ag geneem moet word, kan die volgende voorstelle aangaande hulpbronne moontlik van nut wees vir HOI's.

6.3.3 Aanbevelings aangaande inligtingsbronne

Vir die effektiewe bemaking van 'n HOI is dit nodig om gereeld die inligtingsbronne wat gebruik word, te evalueer. Die voorkeur-inligtingsbronne wat in hierdie studie en ander studies aangedui is, moet veral in ag geneem word, maar die instelling moet ruimte laat vir die unieke samestelling van sy teikenmark en die behoeftes en voorkeure van hierdie teikenmark. Dit is ook nodig om op hoogte te bly met nuwe tendense en geleenthede vir bemakingskommunikasie soos die teikenmark se behoeftes en voorkeure verander.

Die inligtingsbronne moenie in isolasie aangewend word nie, en **geïntegreerde bemakingskommunikasie** is nodig om suksesvol aan die teikenmark te kommunikeer. Die **webwerf** was die belangrikste inligtingsbron in die studie, en ook een waaraan respondente die meeste blootstelling gehad het. Vir hierdie rede is 'n gebruikersvriendelike webwerf met volledige, bygewerkte inligting nodig wat geoptimaliseer is vir verskillende elektroniese toestelle.

Inligtingsessies of opedae is belangrike geleenthede waar voornemende studente die omgewing kan beleef en sekere inligting wat ingewin is, eerstehands kan verifieer. Hoewel nie alle studente hierdie geleenthede benut nie, word dit as belangrike inligtingsbron gesien en die instelling kan bywoning verbeter deur verskillende besoeke deur die jaar aan te bied wat vir meer studente die geleentheid gee om die instelling eerstehands te ervaar. Dit is ook nodig om te voldoen aan die verwagtinge van die studente sonder om 'n onrealistiese prentjie vir die toekoms te skets.

Die rol van **studenteadviseurs of studentewerwers** as bron van inligting, maar ook as begeleiers deur die besluitnemingsproses, moenie misken word nie. Hierdie persone dien as verhoudingsbouers met skole, besighede en voornemende studente, en word gesien as 'n belegging in die voortbestaan van die instelling. Deur goeie interne kommunikasie en verhoudings met huidige studente en personeel, kan **veldbrandbemarking** ook bestuur word, deurdat die belangrike bronne van inligting toegerus is met die jongste nuus en die bemakingsboodskap van die instelling.

Ten opsigte van sosiale media is die aanbeveling dat die instelling homself vergewis van die teikenmark en gebruiksaanwending van elkeen, sodat die kommunikasie spesifiek gefokus kan word. Sosiale media word grotendeels gesien as netwerkplatforms, behalwe **Facebook**, wat wel as belangrike inligtingsbron gesien

word. Die meetbaarheid van sosiale media as bron stel HOI's in staat om plasinge se sukses te monitor en die strategie gereeld aan te pas en te optimaliseer.

Laastens is die voorstel dat daar opnuut besin moet word oor die benutting van tradisionele media soos tydskrifte en radio, en blootstellingsgeleenthede soos borgskappe en feeste, deur die uitgawe op te weeg teen die doel wat daarmee bereik wil word. Deur te fokus op waardetoevoeging soos radio-onderhoude eerder as advertensie, en die kombinasie van inligtingsbronne soos studenteadvisers wat mense te woord staan by 'n borgskapsgeleentheid, kan blootstelling verkry word, sowel as geloofwaardigheid in die instelling opgebou word. Die instelling sal baat by kennis oor die inligtingsbehoefte en -bronne van sy eie teikenmark, en 'n strategie wat diensooreenkomstig opgestel is.

6.4 Implikasies van die bevindinge vir 'n instelling se bemarkingstrategie

Wanneer 'n HOI sy bemarkingstrategie beplan, is dit nodig om die 7P's van die bemarkingsmengsel in ag te neem, soos bespreek in hoofstuk 3. Wanneer die studente se keusefaktore bepaal is, kan die HOI op die nodige hulpbronne fokus om hul aanbieding van die 7P's hiervolgens te ontwikkel en te posisioneer. Sodoende kan die optimale passing van die instelling se aanbod met die verbruikers se behoeftes plaasvind.

Hierdie studie het ten doel gehad om die faktore te bepaal wat studente motiveer om by 'n Afrikaanse privaat HOI te studeer. Die besluitnemingsproses as geheel is ondersoek sowel as keusefaktore wat studente se beslissing help rig, en die inligtingsbronne wat gebruik word tydens die besluitnemingsproses. Hierdie inligting kan 'n instelling help om 'n effektiewe en gefokusde bemarkingstrategie te ontwikkel.

Die kern van die HOI se aanbod aan studente is die programme en dienste wat aan studente gebied word. Hierdie strategie bepaal die identiteit van die instelling en ook hoe voornemende studente op 'n instelling reageer. Vanuit die bevindinge is dit duidelik dat **gehalte onderrig** vir studente belangrik is omdat hulle die **moontlikheid van 'n beter werk na voltooiing van 'n kwalifikasie** wil hê. 'n Student se keuse van HOI sal beïnvloed word deur die **beskikbare studierigtings** wat die instelling bied.

Wat die instelling se strategie aangaande plek betref is die **veiligheid** sowel as die **ligging van die studiesentrum of kampus** vir voornemende studente 'n groot oorweging. Terwyl veiligheid vir vroulike studente en skoolverlaters belangrik is, is

ligging veral vir werkende studente belangrik, en die unieke behoeftes van die teikenmark wat bereik wil word moet in ag geneem word met die beplanning van toekomstige uitbreiding.

Hoewel prosesse nie soveel aandag hoef te geniet in die besluitnemingsproses as in die retensie van studente nie, is dit belangrik dat die **aansoekproses** so gerieflik en sonder probleme as moontlik vir voornemende studente sal wees, en verkieslik ook aanlyn kan plaasvind.

Studiekoste is vir studente 'n groot oorweging, veral wanneer tussen twee instellings gekies moet word, en die instelling se prysstrategie moet hierdie in ag neem.

Uit die voorafgaande bespreking is dit duidelik dat die bemerking van 'n HOI 'n komplekse taak is, en dat die elemente van die bemerkingsmengsel in mekaar verweef is. 'n Aspek soos die leermodel raak nie alleenlik die programme wat aangebied word nie, maar ook die plek waarop studies beskikbaar gestel word en die prosesse wat die studente moet volg. Dit is dus nodig om die teikenmark goed te ontleed en te verstaan, en die bemerkingstrategie te fokus op die behoeftes van elke segment.

6.5 Beperkinge van die studie

Die studie het gepoog om 'n bydrae te maak tot die literatuur wat beskikbaar is oor die besluitnemingsproses van studente wat 'n Afrikaanse privaat HOI verkies. Daar is sekere beperkinge van die studie waarop gelet moet word.

6.5.1 Literatuurstudie

Hoewel daar gepoog is om alle bestaande literatuur oor die onderwerp te bestudeer, was daar moontlik belangrike empiriese navorsing oor die keusefaktore van studente wat nog nie gedokumenteer is in literatuur of toeganklik was nie, en dus uitgesluit is uit die studie. Die navorser kon ook nie alle bestaande literatuur oor die onderwerp ingesluit het nie. Verder was daar slegs 'n beperkte hoeveelheid literatuur beskikbaar oor die besluitnemingsproses soos van toepassing op HO, en veral spesifiek ten opsigte van die Suid-Afrikaanse konteks. Omdat daar 'n tekort was aan literatuur, en veral onlangse literatuur, oor soortgelyke studies in Suid-Afrika, is daar baie staatgemaak op internasionale literatuur en is die soektog uitgebrei om literatuur van die afgelope 20 jaar in te sluit, eerder as net die afgelope 10 jaar.

6.5.2 Empiriese studie

Die beperkinge van die empiriese studie sluit in dat die studie nie aan die begin van die studente se akademiese jaar kon plaasvind nie. Dus was die besluitnemingsproses nie meer so vars in hulle geheue nie, en kon hulle reaksie op die vrae beïnvloed geword het deur hulle ervaring as studente aan die HOI. Veral in die telefoniese onderhoude is studente se ervaring van Akademia tydens die inperking gereeld genoem, wat nie 'n faktor sou wees indien die onderhoude voor Maart 2020 plaasgevind het nie, en wat ook nie hulle besluitnemingsproses om by Akademia te studeer werklik kon beïnvloed nie.

'n Verdere beperking is dat die studie slegs op een instelling se studente gefokus het, en dat slegs sowat 'n kwart van die teikenpopulasie aan die studie deelgeneem het. Die studie het staatgemaak op 'n niewaarskynlikheidsteekproef en dus kon die steekproef-fout en nie-reaksie-fout nie bereken word nie. Ook kan die resultate nie veralgemeen word vir alle studente in Suid-Afrika nie, omdat dit 'n niewaarskynlikheidsteekproef was en gefokus was op die studente spesifiek aan 'n Afrikaanse HOI, wat nie verteenwoordigend is van die demografie van Suid-Afrika se studente nie.

Laastens het die studie ook vereis dat studente retrospeksie doen oor 'n besluit wat reeds geneem is. Ten spyte van hierdie beperkinge verskaf die bevindinge van hierdie studie 'n goeie aanduiding van die **keusefaktore** en **inligtingsbronne** wat voornemende studente in die besluitnemingsproses gebruik wanneer 'n Afrikaanse privaat HOI oorweeg word. Daar is egter verskeie voorstelle vir toekomstige studies waarby HOI's in Suid-Afrika baat sal vind, wat vervolgens bespreek word.

6.6 Voorstelle vir toekomstige studies

Om 'n duideliker aanduiding te verkry van die besluitnemingsproses en keusefaktore van studente, moet daar gepoog word om die studie te herhaal in die tydperk tussen registrasie en voor die aanvang van klasaanbiedings. Dit sal die invloed wat die ervaring as student op deelnemers van die studie kon hê, beperk, en behoort 'n meer akkurate weerspieëling te gee oor die keuse van 'n spesifieke HOI.

Veranderlikes wat nie in hierdie studie ondersoek is nie, wat moontlik in toekomstige studies bygevoeg kan word, is: etnisiteit, sosio-ekonomiese status, familie-inkomste, ouers se opvoedkundige kwalifikasies en vorige akademiese prestasie van die student

(Hemsley-Brown & Oplatka, 2015:263). Toekomstige studies kan ook die teenstrydighede tussen die relatiewe belangrikheid van faktore in Afdeling B, en die rangorde van die faktore in Afdeling C, ook die keusefaktore wat in die telefoniese onderhoude genoem is, ondersoek. Dit kan gedoen word deur 'n alternatiewe lys faktore in Afdeling C te gee om te rangskik, in ooreenstemming met die bevindinge van die relatiewe belangrikheid van faktore in Afdeling B van hierdie studie. Gedurende die onderhoude kan respondente ook spesifiek uitgevra word na die faktore wat deur hierdie studie as teenstrydig bevind is.

Jones (2002:177) se voorstel is dat, aangesien ouers so 'n groot rol speel in die keuse van 'n HOI, daar ondersoek ingestel moet word oor hoe ouers besluit op 'n HOI en watter kriteria hulle gebruik om hierdie instellings te evalueer. Daar kan ook moontlik gekyk word na die verband tussen ouers se invloed en ouers se finansiële bydrae tot studies.

Verder dui 'n bestekoorsig oor literatuur tussen 1992 en 2013 aangaande studente se keusefaktore daarop dat die meeste studies fokus op skoolverlaters, en dat daar gebrekkige studies gedoen is oor volwasse studente se keusefaktore (Hemsley-Brown & Oplatka, 2015:262). Hoewel hierdie studie poog om hierdie leemte onder die loep te neem, is dit slegs gefokus op studente van 'n Afrikaanse privaat HOI en moet volwasse studente aan ander HOI's ook ingesluit word.

Briggs (2006:720) beklemtoon die belangrikheid van longitudinale bemarkingsnavorsing oor studentekeuse ten opsigte van HOI's, wat gebruik kan word om areas te identifiseer waar die reputasie in die mark verbeter moet word, waar nuwe markte geskep kan word en waaruit studentepersepsies oor die instelling se voldoening aan belangrike keusefaktore bepaal kan word.

Verder toon die studie in Skotland dat verskillende HOI's se studente verskillende faktore as belangriker ag (Briggs, 2006:721). Angulo et al. (2010:13) se voorstel is om beide privaat en openbare HOI's by 'n studie in te sluit aangesien daar verskillende faktore kan wees wat studente motiveer. Verskillende kulture sal ook moontlik verskillende faktore as belangrik ag (Angulo et al., 2010; Jones, 2002). Bezuidenhout et al. (2013:1194) beklemtoon die behoefte in Suid-Afrika aan 'n omvattende, longitudinale studie oor HOI's, soortgelyk aan die *Cooperative Institutional Research Programme* (CIRP) wat in die VSA gebruik word deur 1 900 HOI's sedert 1966. Die

gebruik van respondente van enkele instellings beteken moontlik bevooroordeelde resultate aangesien die instellings verskillende voordele bied en verskillende waardes beklemtoon (Hemsley-Brown & Oplatka, 2015:267).

Dit sal dus voordelig wees vir Suid-Afrikaanse HOI's, beide privaat en openbare instellings, om 'n sisteemwye studie aan te pak wat die motiveringsfaktore, inligtingsbronne en besluitnemingsprosesse van studente ondersoek. So 'n studie wat jaarliks herhaal word sal die HOI's en DHOO van waardevolle data voorsien oor gedrag, menings en voorkeure van Suid-Afrikaanse studente, sodat langtermyn veranderinge en tendense in die verskillende segmente vasgestel kan word (Bezuidenhout et al., 2013:1194).

'n Sisteemwye studie kan ook data voorsien wat gebruik kan word vir 'n vergelyking tussen Suid-Afrikaanse studente en dié van ander lande. Dit mag moontlik ook van waarde wees om te fokus op een spesifieke keusefaktor soos studente se gevoel oor moedertaalonderrig of die behoefte om na-uurs te kan studeer.

Ten slotte is dit nodig dat elke instelling longitudinale studies aanpak oor hul eie studente se keusefaktore, mediagebruik, en besluitnemingsproses sodat HOI's se bemerkingspogings gefokus kan wees op die teikenmark se tendense en behoeftes.

6.7 Slotperspektief

Die studie dra by tot die literatuur oor keusefaktore en inligtingsbronne wat studente se besluitnemingsproses tydens die keuse van 'n HOI rig, vanuit die perspektief van studente aan 'n Afrikaanse privaat HOI. Veral die inligting wat aangaande volwasse, werkende studente ingesamel is, dra by tot insigte in 'n unieke profiel studente wat nie gewoonlik deel uitmaak van die demografie van kontakonderriginstellings nie.

Soos die bemerking van HOI's belangriker word, is dit vir instellings nodig om die behoeftes en tendense van die teikenmark beter te verstaan, sodat hulpbronne effektief aangewend kan word. Die bevindinge van hierdie studie kan die bemerkingsbesluite van veral privaat HOI's wat op 'n spesifieke taal- of kultuurgroep gefokus is, help rig. Dit kan moontlik ook vir ander HOI's 'n aanduiding gee van die keusefaktore en inligtingsbronne wat vir die huidige teikenmark van belang is.

Deur die aanbevelings en implikasies van die bevindinge te inkorporeer in bemerkingsstrategieë, kan HOI's hulle bemerkingsmengsel saamstel volgens die keusefaktore wat vir studente belangrik is, en dit kommunikeer deur die inligtingsbronne waaraan

studente blootgestel word en wat hulle as belangrik beskou in hulle besluitnemingsproses. Die studie behoort ook HOI's aan te moedig om self navorsing te doen na hulle studente se keusefaktore en inligtingsbronne, of om deel te neem aan sisteemwye studies, om noodsaaklike inligting in te win wat kan bydra tot effektiewe bemarkingstrategieë en die vestiging van mededingende voordeel in die Suid-Afrikaanse HO-landskap.

Bronnelys

- Absher, K. & Crawford, G. 1996. Marketing the community college starts with understanding students' perspectives. *Community College Review*, 23(4):59-69. [Intyds]. Beskikbaar: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/009155219602300406> [Datum van gebruik: 24 Februarie 2020].
- Abubakar, B., Shanka, T. & Muuka, G. 2010. Tertiary education: An investigation of location selection criteria and preferences by international students – the case of two Australian universities. *Journal of Marketing for Higher Education*, 20(1):49-68. [Intyds]. Beskikbaar: <https://www.tandfonline-com.ez.sun.ac.za/doi/pdf/10.1080/08841241003788052> [Datum van gebruik: 24 Februarie 2020].
- Adèle. Telefoniese onderhoud. Augustus 17, 2020. Pretoria.
- Akademia Registrateursafdeling. 2020. Persoonlike kommunikasie per e-pos. 14 September 2020.
- Akademia. 2016. *Institutional Governance Policy*. Akademia: Office of the Registrar.
- Akademia. 2020a. *Oorsig*. [Intyds]. Beskikbaar: <https://akademia.ac.za/index.php/oorsig/> [Datum van gebruik: 21 September 2020].
- Akademia. 2020b. *Inligtingsgids*. [Intyds]. Beskikbaar: https://akademia.ac.za/wp-content/uploads/2020/06/Inligtingsgids_2020_w3.pdf [Datum van gebruik: 21 September 2020].
- Akademia. 2020c. *Onderrigleermodelle*. [Intyds]. Beskikbaar: <https://akademia.ac.za/index.php/onderrigleermodelle/> [Datum van gebruik: 21 September 2020].
- Akademia. 2020d. *Hoër Sertifikaat in Rekeningkunde*. [Intyds]. Beskikbaar: <https://akademia.ac.za/index.php/hoer-sertifikaat-rekeningkunde/> [Datum van gebruik: 21 September 2020].
- Akademia. 2020e. *Personeel*. [Intyds]. Beskikbaar: <https://akademia.ac.za/index.php/ons-mense/> [Datum van gebruik: 21 September 2020].

- Alexander, P.M. 2004. Diversity at a dual-medium university: factors affecting first year students' attitudes. *South African Journal of Higher Education*, 18(1):202-220. [Intyds]. Beskikbaar: <https://www.ajol.info/index.php/sajhe/article/view/25438> [Datum van gebruik: 24 Februarie 2020].
- Al-Fattal, A. 2010. Understanding student choice of university and marketing strategies in Syrian private higher education. (Ongepubliseerde doktorsproefskrif. Universiteit van Leeds. [Intyds]. Beskikbaar: <https://core.ac.uk/reader/40033450> [Datum van gebruik: 19 November 2019].
- Ali-Choudhury, R., Bennett, R. & Savani, S. 2008. University marketing directors' views on the components of a university brand. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 6(1):11-33. [Intyds]. Beskikbaar: https://search-proquest-com.ez.sun.ac.za/docview/881305203?rfr_id=info%3Axi%2Fsid%3Aprimo [Datum van gebruik: 19 November 2019].
- Angulo, F., Pergelova, A. & Rialp, J. 2010. A market segmentation approach for higher education based on rational and emotional factors. *Journal of Marketing for Higher Education*, 20(1):1-17. [Intyds]. Beskikbaar: <https://www-tandfonline-com.ez.sun.ac.za/doi/full/10.1080/08841241003788029> [Datum van gebruik: 24 Februarie 2020].
- Anney, V. N. 2014. Ensuring the quality of the findings of qualitative research: looking at trustworthiness criteria. *Journal of Emerging Trends in Educational Research and Policy Studies, (JETERAPS)* 5(2):272-281. [Intyds]. Beskikbaar: <http://repository.udsm.ac.tz:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/256/Ensuring%20the%20Quality%20of%20the%20Findings%20of%20Qualitative%20Research%20NEW.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [Datum van gebruik: 27 Februarie 2019].

- Ashraf, M.A., Liu, S., Ismat, H.I. & Tsegay, S.M. 2017. Choice of higher education institutions: Perspectives of students from different provinces in China. *Frontiers of Education in China*, 12(3):414-435. [Intyds]. Beskikbaar: <https://link-springer-com.ez.sun.ac.za/article/10.1007/s11516-017-0029-y> [Datum van gebruik: 24 Februarie 2020].
- Babbie, E. & Mouton, J. 2001. *The practice of social research*. Kaapstad: Oxford University Press.
- Băcilă, M-F. 2012. Senior year high school pupils' segmentation based on the benefits and costs considered in decision making process of educational choices. *Management & Marketing Challenges for the Knowledge Society*, 7(3):531-548. [Intyds]. Beskikbaar: https://search-proquest-com.ez.sun.ac.za/docview/1036593359?rfr_id=info%3Axri%2Fsid%3Aprimo [Datum van gebruik: 24 Februarie 2020].
- Bay, D. & Daniel, H. 2001. The student is not the customer – an alternative perspective. *The Journal of Marketing for Higher Education*, 11(1):1-19. [Intyds]. Beskikbaar: https://www-tandfonline-com.ez.sun.ac.za/doi/abs/10.1300/J050v11n01_01 [Datum van gebruik: 24 Februarie 2020].
- Beneke, J. & Human, G. 2010. Student recruitment marketing in South-Africa: An exploratory study into the adoption of a relationship orientation. *African Journal of Business Management*, 4(4):435-447. [Intyds]. Beskikbaar: https://open.uct.ac.za/bitstream/item/19028/Human_Student_recruitment_2010.pdf?sequence=1 [Datum van gebruik: 16 November 2019].
- Bernice. Telefoniese onderhoud. Augustus 17, 2020. Pretoria.
- Bezuidenhout, G., De Jager, J.W. & Naidoo, V. 2013. Factors that influence the choice of private higher education institutions. *South African Journal of Higher Education*, 27(5):1181-1196. [Intyds]. Beskikbaar: <https://journals-co-za.ez.sun.ac.za/content/high/27/5/EJC153527> [Datum van gebruik: 24 Desember 2019].
- Bezuidenhout, R. 2014. Theory in research, in F. du Plooy-Cilliers, C. Davis, & R-M. Bezuidenhout (reds.). *Research Matters*. Herdruk (2019). Kaapstad: Juta, 6-59.

- Bock, D., Poole, S. & Joseph, M. 2014. Does branding impact student recruitment: a critical evaluation. *Journal of Marketing for Higher Education*, 24(1):11-21. [Intyds]. Beskikbaar: <https://www.tandfonline-com.ez.sun.ac.za/doi/full/10.1080/08841241.2014.908454> [Datum van gebruik: 24 Februarie 2020].
- Bonnema, J. & Van der Walddt, D.L.R. 2008. Information and source preferences of a student market in higher education. *International Journal of Educational Management*, 22(4):314-327. [Intyds]. Beskikbaar: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/09513540810875653/full/html> [Datum van gebruik: 16 November 2019].
- Bothwell, E. 2018. Global boom in private enrollments. [Intyds]. Beskikbaar: <https://www.insidehighered.com/news/2018/03/08/survey-finds-global-boom-private-higher-education-enrollments> [Datum van gebruik: 21 September 2020].
- Briggs, S. 2006. An exploratory study of the factors influencing undergraduate student choice: the case of higher education in Scotland. *Studies in Higher Education*, 31(6):705-722. [Intyds]. Beskikbaar: <http://web.a.ebscohost.com.ez.sun.ac.za/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=707ee516-5a39-4fce-8b30-2bc57aeba401%40sessionmgr4006> [Datum van gebruik: 19 November 2019].
- Brown, C., Varley, P. & Pal, J. 2009. University course selection and services marketing. *Marketing Intelligence and Planning*, 27(3):310-325. [Intyds]. Beskikbaar: https://search-proquest-com.ez.sun.ac.za/docview/213115715?rfr_id=info%3Axri%2Fsid%3Aprimo [Datum van gebruik: 19 November 2019].
- Bruwer, J. 1996. Marketing a higher educational institution through target market research on its freshmen applicant and enrollee pools. *South African Journal of Higher Education*, 10(2):120-129. [Intyds]. Beskikbaar: https://www.researchgate.net/publication/286921584_Bruwer_J_1996_Marketing_a_higher_educational_institution_through_target_market_research_on_its_freshmen_applicant_and_enrollee_pools_South_African_Journal_of_Higher_Education_102_120-129 [Datum van gebruik: 31 Julie 2020].

- Buckner, E. 2017. The worldwide growth of private higher education: cross-national patterns of higher education institution foundations by sector. *Sociology of Education*, 90(4):296-314. [Intyds]. Beskikbaar: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0038040717739613> [Datum van gebruik: 21 September 2020].
- Bunting, I. 2004. The higher education landscape under Apartheid, in N. Cloete, P. Maassen, R. Fehnel, T. Moja, T. Gibbon & H. Perold (reds.). *Transformation in higher education*. The Netherlands: Kluwer Academic Publishers, 35-52.
- Celia. Telefoniese onderhoud. Augustus 18, 2020. Pretoria.
- Chan, R.Y. 2016. Understanding the purpose of higher education: An analysis of the economic and social benefits for completing a college degree. *Journal of Education Policy, Planning and Administration*, 6(5):1-40. [Intyds]. Beskikbaar: <https://scholar.harvard.edu/roychan/publications/understanding-purpose-higher-education-analysis-economic-and-social-benefits> [Datum van gebruik: 4 Junie 2019].
- Chapman, D.W. 1981. A model of student college choice. *The Journal of Higher Education*, 52(5):490-505. [Intyds]. Beskikbaar: https://www-jstor-org.ez.sun.ac.za/stable/1981837?seq=1#metadata_info_tab_contents [Datum van gebruik: 19 November 2019].
- Chase, C., Geringer, S. & Stratemeyer, A. 2019. The effect of university marketing efforts on students' academic decision-making: An empirical study. *Journal of Higher Education Theory and Practice*, 19(6):40-48. [Intyds]. Beskikbaar: <https://search-proquest-com.ez.sun.ac.za/docview/2310651903/483F78499CF0407EPQ/3?accountid=14049> [Datum van gebruik: 24 Februarie 2020].
- CHE (Council on Higher Education). 2013. The Higher Education Qualifications Sub-Framework. Beskikbaar: [https://www.sun.ac.za/english/policy/Policy%20Documents/Higher%20Education%20Qualifications%20Sub-Framework%20\(HEQSF\).pdf](https://www.sun.ac.za/english/policy/Policy%20Documents/Higher%20Education%20Qualifications%20Sub-Framework%20(HEQSF).pdf) [Datum besoek: 28 September 2020].

- CHE (Council on Higher Education). 2018. The changing landscape of private higher education. *Briefly Speaking*, 5:1-12. [Intyds]. Beskikbaar: <https://firebasestorage.googleapis.com/v0/b/che2020-c5efd.appspot.com/o/website%2F88wkw4mblr61?alt=media&token=ee01b0c7-3118-4c14-b8dc-d89cba2c2bde> [Datum van gebruik: 18 September 2020].
- Clark, M.N., Fine, M.B. & Scheuer, C-L. 2017. Relationship quality in higher education marketing: the role of social media engagement. *Journal of Marketing for Higher Education*, 27(1):40-58. [Intyds]. Beskikbaar: <https://www.tandfonline-com.ez.sun.ac.za/doi/full/10.1080/08841241.2016.1269036> [Datum van gebruik: 4 Junie 2019].
- Cloete, N. & Fehnel, R. 2004. The emergent landscape, in N. Cloete, P. Maassen, R. Fehnel, T. Moja, T. Gibbon & H. Perold (reds.). *Transformation in higher education*. Amsterdam: Kluwer Academic Publishers, 245-260.
- Cohen, L., Manion, L. & Morrison, K. 2018. *Research methods in education*. 8ste uitgawe. New York: Routledge.
- Cosser, M.C. & Du Toit, J.L. 2002. *From school to higher education: Factors affecting the choices of Grade 12 learners*. Kaapstad: HSRC. [Intyds]. Beskikbaar: <http://repository.hsrc.ac.za/handle/20.500.11910/8946> [Datum van gebruik: 16 November 2019].
- Cresswell, J. 2009. *Research design: qualitative, quantitative and mixed methods approaches*. 3^{de} weergawe. Los Angeles: SAGE Publications, Inc.
- Cresswell, J.W. & Plano Clark, V.L. 2018. *Designing and conducting mixed methods research*. Los Angeles: SAGE Publications, Inc.
- Davis, C. 2014. The aims of research, in F. du Plooy-Cilliers, C. Davis, & R-M. Bezuidenhout (reds.). *Research Matters*. Herdruk (2019). Cape Town: Juta, 72-81.

- DHOO (Departement van Hoër Onderwys en Opleiding). 2013. *White Paper for Post-School Education and Training – Building an expanded, effective and integrated post-school system*. [Intyds]. Beskikbaar: <http://www.dhet.gov.za/SiteAssets/Latest%20News/White%20paper%20for%20post-school%20education%20and%20training.pdf> [Datum van gebruik: 21 September 2020].
- DHOO (Departement van Hoër Onderwys en Opleiding). 2017. *Draft National Plan for Post-School Education and Training*. [Intyds]. Beskikbaar: <http://www.sun.ac.za/english/management/wim-devilliers/Documents/NPPSET%20consultation%20draft%2016%20November%202017%20RR.pdf> [Datum van gebruik: 21 September 2020].
- DHOO (Departement van Hoër Onderwys en Opleiding). 2020. *Register of private higher education institutions*. [Intyds]. Beskikbaar: http://www.dhet.gov.za/Registers_DocLib/Register%20of%20Private%20Higher%20Education%20Institutions%2028%20October%202019.pdf [Datum van gebruik: 16 November 2019].
- DHOO (Departement van Hoër Onderwys en Opleiding). 2018. *Statistics on Post-School Education and Training in South Africa: 2018*. Beskikbaar: <https://www.dhet.gov.za/SiteAssets/Statistics%20on%20Post-School%20Education%20and%20Training%20in%20South%20Africa%20202018.pdf> [Datum besoek: 28 September 2020].
- Divan. Telefoniese onderhoud. Augustus 18, 2020. Pretoria.
- Dolnicar, S. & Lazarevski, K. 2009. Marketing in non-profit organizations: An international perspective. *International Marketing Review*, 26(3):275-291. [Intyds]. Beskikbaar: <https://search-proquest-com.ez.sun.ac.za/docview/224330779?OpenUrlRefId=info:xri/sid:primo&accountid=14049> [Datum van gebruik: 24 Februarie 2020].

- Du Plessis, T. 2006. From monolingual to bilingual higher education: The repositioning of historically Afrikaans-medium universities in South Africa. *Language Policy*, 5(1):87-113. [Intyds]. Beskikbaar: <https://www0.sun.ac.za/taalsentrum/assets/files/Du%20Plessis%202006%20From%20Monol%20to%20Biling.pdf> [Datum van gebruik: 18 September 2020].
- Du Plooy, G.M. 2001. *Communication Research: Techniques, methods and applications*. 1ste uitgawe. Landsdowne: Juta.
- Du Plooy-Cilliers, F. 2014. Research paradigms and traditions, in F. du Plooy-Cilliers, C. Davis, & R-M. Bezuidenhout (reds.). *Research Matters*. Herdruk (2019). Cape Town: Juta, 18-35.
- DvO (Departement van Onderwys). 1997. *Education White Paper 3: A programme for the transformation of higher education*. Pretoria. [Intyds]. Beskikbaar: <https://www.justice.gov.za/commissions/FeesHET/docs/1997-WhitePaper-HE-Tranformation.pdf> [Datum van gebruik: 21 September 2020].
- Eckel, P. 2007. Redefining competition constructively: The challenges of privatisation, competition and market-based state policy in the United States. *Higher Education Management and Policy*, 19(1):77-93. [Intyds]. Beskikbaar: <http://web.a.ebscohost.com.ez.sun.ac.za/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&id=51ce5502-ea12-417b-9c48-bf28eb829d4d%40sessionmgr4008> [Datum van gebruik: 6 Augustus 2020].
- Eloff, T. & Greffrath, W.N. 2016. Die universiteitswese in Suid-Afrika: 'n Bestekopname van huidige tendense en die vooruitsig vir Afrikaans. *Koers – Bulletin for Christian Scholarship*, 81(3):1-9. [Intyds]. Beskikbaar: <https://journals-co-za.ez.sun.ac.za/content/journal/10520/EJC-5579e87b9> [Datum van gebruik: 13 April 2019].
- Ensor, P. 2004. Curriculum, in N. Cloete, P. Maassen, R. Fehnel, T. Moja, T. Gibbon & H. Perold (reds.). *Transformation in higher education*. Amsterdam: Kluwer Academic Publishers, 179-193.
- Erik. Telefoniese onderhoud. Augustus 18, 2020. Pretoria.

- Fehnel, R. 2004. Private Higher Education, in N. Cloete, P. Maassen, R. Fehnel, T. Moja, T. Gibbon & H. Perold (reds.). *Transformation in higher education*. Amsterdam: Kluwer Academic Publishers, 227-243.
- Felicia. Telefoniese onderhoud. Augustus 20, 2020. Pretoria.
- Filip, A. 2012. Marketing theory applicability in higher education. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 46:912-916. [Intyds]. Beskikbaar: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042812013523> [Datum van gebruik: 2 Julie 2020].
- Foskett, H. & Hesketh, A. 1997. Constructing choice in contiguous and parallel markets: Institutional and school leavers' responses to the new post-16 marketplace. *Oxford Review of Education*, 23(3):299–319. [Intyds]. Beskikbaar: <http://www.jstor.com/stable/1050958> [Datum van gebruik: 6 Augustus 2020].
- Froneman, L. 2002. Private higher educational institutions in a changing South African environment. *Acta Commercii*, 2(1):35–44. [Intyds]. Beskikbaar: <https://journals-co-za.ez.sun.ac.za/content/acom/2/1/EJC16941> [Datum van gebruik: 24 Desember 2019].
- Galvis, Á.H. 2018. Supporting decision-making processes on blended learning in higher education: Literature and good practices review. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 15(25):1-38. [Intyds]. Beskikbaar: https://search-proquest-com.ez.sun.ac.za/docview/2068859018?rfr_id=info%3Axri%2Fsid%3Aprimo [Datum van gebruik: 3 September 2020].
- Goosen, D. 2016a. Wat is die universiteit? Gedagtes oor die gemeenskapsuniversiteit. *Tydskrif vir Geesteswetenskappe*, 56(4):980-997. [Intyds]. Beskikbaar: https://journals-co-za.ez.sun.ac.za/content/akgees/56/Issue-4_1/EJC199816 [Datum van gebruik: 13 April 2019].

- Goosen, D. 2016b. Afrikaans aan universiteit? 'n Kort apologie. *NP van Wyk Louw Sentrum vir Gemeenskapstudies*. [Intyds]. Beskikbaar: https://npvanwyklouw.org.za/afrikaans-aan-universiteit-n-kort-apologie/?fbclid=IwAR2c3FTJQLibz9fz1INtkZMaIHwB54PYWtoXA6YNoV_aFBMjiTOsqTN9IWU [Datum van gebruik: 18 September 2020].
- Gordon, S. 2016. Formulating a customer-driven marketing strategy for higher education institutions. Ongepubliseerde magister-verhandeling. Noordwes-Universiteit. [Intyds]. Beskikbaar: <https://repository.nwu.ac.za/handle/10394/19214> [Datum van gebruik: 16 November 2019].
- Gultig, J. 2000. The university in post-apartheid South Africa: New ethos and new divisions. *South African Journal of Higher Education*, 14(1):37-42. [Intyds]. Beskikbaar: <https://journals.co.za/content/high/14/1/EJC36732> [Datum van gebruik: 18 September 2020].
- Gustav. Telefoniese onderhoud. Augustus 20, 2020. Pretoria.
- Gyure, J.F. & Arnold, S.G. 2001. Using "Relationship Marketing" theory to develop a training model for admissions recruiters. *Journal of Marketing for Higher Education*, 10(4):35-49. [Intyds]. Beskikbaar: https://www-tandfonline-com.ez.sun.ac.za/doi/abs/10.1300/J050v10n04_03 [Datum van gebruik: 24 Februarie 2020].
- Hadfield, J. 2003. Recruiting and Retaining Adult Students. *New Directions for Student Services*, 102(Summer):17-25. [Intyds]. Beskikbaar: <http://web.a.ebscohost.com.ez.sun.ac.za/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=686054ab-ad31-4844-b836-7c81635286a5%40sdc-v-sessmgr03> [Datum van gebruik: 4 Junie 2019].
- Hemsley-Brown, J. & Oplatka, I. 2015. University choice: what do we know, what don't we know and what do we still need to find out? *International Journal of Educational Management*, 29(3):254–274. [Intyds]. Beskikbaar: <https://www-proquest-com.ez.sun.ac.za/docview/2105069535?OpenUrlRefId=info:xri/sid:primo&accountid=14049> [Datum van gebruik: 24 Februarie 2020].

- Hussey, J. & Hussey, R. 1997. *Business research: a practical guide for undergraduate and postgraduate students*. London: Macmillan.
- Ivy, J. 2008. A new higher education marketing mix: The 7Ps for MBA marketing. *International Journal of Educational Management*, 22(4):288-299. [Intyds].
Beskikbaar: https://search-proquest-com.ez.sun.ac.za/docview/229175058?rfr_id=info%3Axri%2Fsid%3Aprimo
[Datum van gebruik: 27 Augustus 2020].
- Jansen, J., Herman, C., Matentjie, T., Morake, R., Pillay, V., Sehoole, C. & Weber, E. 2005. Tracing and explaining change in higher education: The South African Case. *Review of Higher Education in South Africa*, 157-188. [Intyds]. Beskikbaar:
https://www.academia.edu/2077590/TRACING_AND_EXPLAINING_CHANGE_IN_HIGHER_EDUCATION_THE_SOUTH_AFRICAN_CASE [Datum van gebruik: 21 September 2020].
- Johnson, G.R., Jubenville, C. & Goss, B. 2009. Using institutional selection factors to develop recruiting profiles: marketing small, private colleges and universities to prospective student athletes. *Journal of Marketing for Higher Education*, 19(1):1-25. [Intyds]. Beskikbaar: <https://www-tandfonline-com.ez.sun.ac.za/doi/full/10.1080/08841240902904513> [Datum van gebruik: 24 Februarie 2020].
- Jones, M. 2002. The effectiveness of marketing communication strategies employed by universities and technikons in the Cape Peninsula with specific reference to career exhibitions and open days in attracting first-year students. Ongepubliseerde magister-verhandeling. Kaapse Skiereiland Universiteit van Tegnologie. [Intyds]. Beskikbaar:
<http://etd.cput.ac.za/handle/20.500.11838/1706> [Datum van gebruik: 16 November 2019].
- Khan, R. 2014. Quantitative data analysis, in F. du Plooy-Cilliers, C. Davis, & R-M. Bezuidenhout (reds.). *Research Matters*. Herdruk (2019). Cape Town: Juta, 204-227.

- Khan, S. 2017. An evaluation of social media marketing strategies in recruiting prospective students for higher education in South Africa. [Intyds].
Beskikbaar:
https://www.researchgate.net/publication/328450161_An_Evaluation_of_Social_Media_Marketing_Strategies_in_Recruiting_Prospective_Students_for_Higher_Education_in_South_Africa [Datum van gebruik: 31 Julie 2020].
- Kivunja, C. & Kuyini, A.B. 2017. Understanding and applying research paradigms in educational contexts. *International Journal of Higher Education*, 6(5):26-41. [Intyds]. Beskikbaar: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1154775.pdf> [Datum van gebruik: 16 Oktober 2019].
- Koonin, M. 2014. Validity and reliability, in F. du Plooy-Cilliers, C. Davis, & R-M. Bezuidenhout (reds.). *Research Matters*. Herdruk (2019). Cape Town: Juta, 252-261.
- Koris, R., Örténblad, A., Kerem, K. & Ojala, T. 2015. Student-customer orientation at a higher education institution: the perspective of undergraduate business students. *Journal of Marketing for Higher Education*, 25(1):29-44. [Intyds]. Beskikbaar: <https://www-tandfonline-com.ez.sun.ac.za/doi/full/10.1080/08841241.2014.972486> [Datum van gebruik: 24 Februarie 2020].
- Kotler, P. & Armstrong, G. 2008. *Principles of Marketing*. 12^{de} uitgawe. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson/Prentice-Hall.
- Kotler, P. & Fox, K. 1995. *Strategic marketing for educational institutions*. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall.
- Kranzow, J. 2019. Graduate enrollment considerations: Informing practice and research. *College and University*, 94(3):14-21. [Intyds]. Beskikbaar: https://search-proquest-com.ez.sun.ac.za/docview/2305514987?rfr_id=info%3Axri%2Fsid%3Aprimo [Datum van gebruik: 24 Februarie 2020].
- Kusumawati, A., Yanamandram, V.K. & Perera, N. 2010. *Exploring Student Choice Criteria for Selecting an Indonesian Public University: A Preliminary Finding*. Centre for Health Service Development - CHSD. 35. [Intyds]. Beskikbaar: <https://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://www.google.com/&>

<https://redir=1&article=1035&context=chsd> [Datum van gebruik: 19 November 2019].

Kwong, J. 2000. Introduction: Marketization and privatization in education. *International Journal of Educational Development*, 20(2):87-92. [Intyds].

Beskikbaar:

https://www.researchgate.net/publication/44825088_Marketization_and_Privatization_in_Education [Datum van gebruik: 5 Julie 2020].

Latham, J. 2019. Qualitative sample size – How many participants is enough? [Weblog-boodskap] [Intyds]. Besikbaar:

<https://www.drjohnlatham.com/many-participants-enough/> [Datum van gebruik: 15 Januarie 2020].

Leedy, P.D. & Ormrod, J.E. 2013. *Practical research – Planning and design*. Essex: Pearson Education Limited.

Levy, D.C. 2018a. Global private higher education: An empirical profile of its size and geographical shape. *Higher Education*, 76:701-715. [Intyds]. Besikbaar:

https://link.springer.com/epdf/10.1007/s10734-018-0233-6?author_access_token=Zs9sHcWYL0feM1B3E238y_e4RwlQNchNByi7wbcMAY6MY4XTMzemWHvfTYQ5gIm_WC_JI4GDjZYe-9UtTGD3Z5Usys_SBE0FAgyRWRNpadWn4DJJnX7H8p2XcaxW3efHg5r8T8HDtQgwMOTArLgcQ%3D%3D&fbclid=IwAR346laYhtZpGVUU_8mZhwQx4REzBW-fG0oHWrbkQ1ZYzpCcOBNRcqILRb8 [Datum van gebruik: 21 September 2020].

Levy, D.C. 2018b. The vanishing public monopoly. *International Higher Education*, 94:24-25. [Intyds]. Besikbaar: https://prophe.org/cache/1509356_The-Vanishing-Public-Monopoly.pdf [Datum van gebruik: 21 September 2020].

Lewison, D.M. & Hawes, J.M. 2007. Student target marketing strategies for universities. *Journal of College Admission*, Summer 2007: 14-19. [Intyds].

Beskikbaar:

<http://web.b.ebscohost.com.ez.sun.ac.za/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=2&sid=94ef8ba3-d284-49d1-bde2-8b8d82ebeeec%40pdv-v-sessmgr03> [Datum van gebruik: 9 Junie 2019].

- Louw, M. 2014. Ethics in research, in F. du Plooy-Cilliers, C. Davis, & R-M. Bezuidenhout (reds.). *Research Matters*. Herdruk (2019). Cape Town: Juta, 262-273. 2019.
- Maassen, P. A. M., & Cloete, N. 2002. Global Reform Trends in Higher Education. In N. Cloete, R. Fehnel, P. A. M. Maassen, T. A. Moja, H. Perold, & T. Gibbon (reds.), *Transformation in Higher Education. Global Pressures and Local Realities in South Africa*, 13-57. Lansdowne: Juta and Company (Pty) Ltd.
- Maringe, F. & Mourad, M. 2012. Marketing for higher education in developing countries: Emphases and omissions. *Journal of Marketing for Higher Education*, 22(1):1-9. [Intyds]. Beskikbaar: <https://www.tandfonline-com.ez.sun.ac.za/doi/full/10.1080/08841241.2012.719297> [Datum van gebruik: 24 Februarie 2020].
- Maringe, F. 2006. University and course choice: Implications for positioning, recruitment and marketing. *International Journal of Educational Management*, 20(6):466-479. [Intyds]. Beskikbaar: <https://www-proquest-com.ez.sun.ac.za/docview/229139039?OpenUrlRefId=info:xri/sid:primo&accountid=14049> [Datum van gebruik: 19 November 2019].
- Maroela-redaksie. 1 Julie 2020. Unisa-appèlhofbeslissing 'reuse-oorwinning vir Afrikaans'. [Intyds]. Beskikbaar: <https://maroelamedia.co.za/nuus/sa-nuus/unisa-appelhofbeslissing-reuse-oorwinning-vir-afrikaans/> [Datum van gebruik: 30 Augustus 2020].
- Mittelmeier, J., Rogaten, J., Long, D., Dalu, M., Gunter, A., Prinsloo, P. & Rienties, B. 2019. Understanding the early adjustment experiences of undergraduate distance education students in South Africa. *The International Review of Research in Open and Distributed Learning*, 20(3):19-38. [Intyds]. Beskikbaar: https://search-proquest-com.ez.sun.ac.za/docview/2273218097?rfr_id=info%3Axri%2Fsid%3Aprimo [Datum van gebruik: 30 Augustus 2020].
- Moogan, Y.J. 2011. Can a higher education institution's marketing strategy improve the student-institution match? *International Journal of Educational Management*, 25(6):570-589. [Intyds]. Beskikbaar: https://www-proquest-com.ez.sun.ac.za/docview/2273218097?rfr_id=info%3Axri%2Fsid%3Aprimo

com.ez.sun.ac.za/docview/888252847?OpenUrlRefId=info:xri/sid:primo&accountid=14049 [Datum van gebruik: 19 November 2019].

- Morgan, D.L. 2014. Pragmatism as a paradigm for social research. *Qualitative Inquiry*, 20(8):1045-1053. [Intyds]. Beskikbaar: <https://journals-sagepub-com.ez.sun.ac.za/doi/full/10.1177/1077800413513733> [Datum van gebruik: 22 September 2020].
- Nel, D. 2020. Persoonlike kommunikasie per e-pos. 18 Augustus 2020.
- Neuman, W.L. 2007. *Basics of social research: Qualitative and quantitative approaches*. Boston: Pearson/Allyn and Bacon.
- Ng, I.C.L. & Forbes, J. 2009. Education as service: The understanding of university experience through the service logic. *Journal of Marketing for Higher Education*, 19(1):38-64. [Intyds]. Beskikbaar: <https://www-tandfonline-com.ez.sun.ac.za/doi/full/10.1080/08841240902904703> [Datum van gebruik: 24 Februarie 2020].
- Njomo, L. 2014. Analyzing the impact of deceptive advertising in private higher education on students in Cameroon. *Journal of Business and Retail Management Research*, 9(1):73-88. [Intyds]. Beskikbaar: https://search-proquest-com.ez.sun.ac.za/docview/1700401946?rfr_id=info%3Axri%2Fsid%3Aprimo [Datum van gebruik: 19 November 2019].
- Obermeit, K. 2012. Students' choice of universities in Germany: structure, factors and information sources used. *Journal of Marketing for Higher Education*, 22(2):206-230. [Intyds]. Beskikbaar: <https://www-tandfonline-com.ez.sun.ac.za/doi/full/10.1080/08841241.2012.737870> [Datum van gebruik: 24 Februarie 2020].
- Palmer, A. 2001. *Principles of services marketing*. 3^{de} uitgawe. Londen: McGraw-Hill.
- Pascoe, G. 2014. Sampling, in F. du Plooy-Cilliers, C. Davis, & R-M. Bezuidenhout (reds.). *Research Matters*. Herdruk (2019). Cape Town: Juta, 131-146.
- Penceliah, S., Konyana, S.V.M. & Maharaj, M. 2016. The choice of public universities in a restructured and transforming higher education landscape: A student perspective. *Problems and Perspectives in Management*,

- 14(3-1):276-282. [Intyds]. Beskikbaar: https://search-proquest-com.ez.sun.ac.za/docview/2221304958?rfr_id=info%3Axri%2Fsid%3Aprimo [Datum van gebruik: 24 Februarie 2020].
- Plowright, D. 2011. *Using Mixed Methods: Frameworks for an integrated methodology*. London: SAGE.
- PROPHE (Program for Research on Private Higher Education). 2020. [Intyds]. Beskikbaar: <https://prophe.org/en/about/what-is-prophe/> [Datum van gebruik: 21 September 2020].
- Royo-Vela, M. & Hünermund, U. 2016. Effects of inbound marketing communications on HEIs' brand equity: The mediating role of the student's decision-making process. An exploratory research. *Journal of Marketing for Higher Education*, 26(2):143-167. [Intyds]. Beskikbaar: <https://www-tandfonline-com.ez.sun.ac.za/doi/full/10.1080/08841241.2016.1233165> [Datum van gebruik: 24 Februarie 2020].
- RSA (Republiek van Suid-Afrika). 1996. *Grondwet van die Republiek van Suid-Afrika*. Pretoria: Staatsdrukker.
- RSA (Republiek van Suid-Afrika). 1997. *Wet op Hoër Onderwys, Wet 101 van 1997*. Pretoria: Staatsdrukker. [Intyds]. Beskikbaar: https://www.gov.za/sites/default/files/gcis_document/201409/a101-97.pdf [Datum van gebruik: 21 September 2020].
- RSA MvO (Republiek van Suid-Afrika. Ministerie van Onderwys). 2001. *Nasionale plan vir Hoër Onderwys, 2001*. Pretoria: Ministerie van Onderwys.
- Samani, F.S., Toroujeni, S.M.H. & Shahbazi, V. 2017. Investigating the role of marketing mix elements (7Ps) and strategic planning in development of Iranian English language departments. *International Journal on Studies in English Language and Literature*, 5(4):50-59. [Intyds]. Beskikbaar: https://www.researchgate.net/publication/326441352_Investigating_the_Role_of_Marketing_Mix_Elements_7Ps_and_Strategic_Planning_in_Development_of_Iranian_English_Language_Departments [Datum van gebruik: 2 Julie 2020].

- Santana, M. 2018. Verklaring deur die NWU-visekanselier oor taalbeleid. [Intyds].
Beskikbaar: <http://news.nwu.ac.za/af/verklaring-deur-nwu-visekanselier-oor-taalbeleid> [Datum van gebruik: 28 Augustus 2020].
- Saunders, D.B. 2015. They do not buy it: Exploring the extent to which entering first-year students view themselves as customers. *Journal of Marketing for Higher Education*, 25(1):5-28. [Intyds]. Beskikbaar: <https://www.tandfonline-com.ez.sun.ac.za/doi/full/10.1080/08841241.2014.969798> [Datum van gebruik: 24 Februarie 2020].
- Shenton, A.K. 2004. Strategies for ensuring trustworthiness in qualitative research projects. *Education for Information*, 22(2):63-75. [Intyds]. Beskikbaar: https://www.researchgate.net/publication/228708239_Strategies_for_Ensuring_Trustworthiness_in_Qualitative_Research_Projects [Datum van gebruik: 27 Februarie 2019].
- Shields, A.B. & Peruta, A. 2019. Social media and the university decision. Do prospective students really care? *Journal of Marketing for Higher Education*, 29(1):67-83. [Intyds]. Beskikbaar: <https://www.tandfonline-com.ez.sun.ac.za/doi/full/10.1080/08841241.2018.1557778> [Datum van gebruik: 24 Februarie 2020].
- Shin, J-C. & Milton, S. 2006. Rethinking tuition effects on enrollment in public four-year colleges and universities. *The Review of Higher Education*, 29(2):213-237. [Intyds]. Beskikbaar: https://search-proquest-com.ez.sun.ac.za/docview/220824174?rfr_id=info%3Axri%2Fsid%3Aprimo [Datum van gebruik: 19 November 2019].
- Sia J.K.M. 2013. University choice: Implications for marketing and positioning. *Education*, 3(1):7-14. [Intyds]. Beskikbaar: <http://article.sapub.org/10.5923.j.edu.20130301.02.html> [Datum van gebruik: 19 November 2019].
- Simões, C. & Soares, A.M. 2010. Applying for higher education: information sources and choice factors. *Studies in Higher Education*, 35(4):371-389. [Intyds].
Beskikbaar: <http://web.a.ebscohost.com.ez.sun.ac.za/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&s>

[id=4c943dcc-96ff-4559-a1ff-a7971e57353a%40sessionmgr4008](#) [Datum van gebruik: 24 Februarie 2020].

Soedijati, E.K. & Pratminingsih, S.A. 2011. The impacts of marketing mix on students choice of university study: Case of private university in Bandung, Indonesia, 2011-385. *2nd International Conference on Business and Economic Research*, Proceedings from Conference Master Resources. [Intyds].
Beskikbaar:

https://www.researchgate.net/publication/254399275_THE_IMPACTS_OF_MARKETING_MIX_ON_STUDENTS_CHOICE_OF_UNIVERSITY_STUDY_CASE_OF_PRIVATE_UNIVERSITY_IN_BANDUNG_INDONESIA [Datum van gebruik: 19 November 2019].

Solidariteit. 2016. AfriForum, AfriForum Jeug en Solidariteit nader hof oor afskaffing van Afrikaans by Kopsies. [Intyds]. Beskikbaar:
<https://solidariteit.co.za/afriforum-afriforum-jeug-en-solidariteit-nader-hof-oor-afskaffing-van-afrikaans-kopsies/> [Datum van gebruik: 28 Augustus 2020].

Stalińska, A. 2020. Factors that impact prospective students' decision on choosing a higher education institution: Case of Oman. *Review of Integrative Business & Economics Research*, 9(2):359-368. [Intyds]. Beskikbaar: https://search-proquest-com.ez.sun.ac.za/docview/2367735703?rfr_id=info%3Axri%2Fsid%3Aprimo [Datum van gebruik: 13 Augustus 2020].

Storm, J. 2001. Marketing strategies in higher education with specific reference to public and private educational institutions within Gauteng, South Africa. Ongepubliseerde magister-verhandeling. Technikon Witwatersrand. [Intyds]. Beskikbaar: <https://core.ac.uk/download/pdf/18219439.pdf> [Datum van gebruik: 16 November 2019].

Terrell, S.R. 2016. *Writing a proposal for your dissertation: guidelines and examples*. New York: The Guilford Press.

Unisa (Universiteit van Suid-Afrika). 2020. Unisa at a glance. [Intyds]. Beskikbaar: <https://www.unisa.ac.za/sites/corporate/default> [Datum van gebruik: 17 Oktober 2020].

- UP (Universiteit van Pretoria). 2016. Language Policy. [Intyds]. Beskikbaar: https://www.up.ac.za/media/shared/409/ZP_Files/r31_16-language-policy.zp138060.pdf [Datum van gebruik: 18 September 2020].
- US (Universiteit Stellenbosch). 2016. Nuwe Taalbeleid: vrae en antwoorde. [Intyds]. Beskikbaar: <http://www.sun.ac.za/english/Documents/Language/Nuwe%20Taalbeleid%20Vrae%20en%20Antwoorde.pdf> [Datum van gebruik: 28 Augustus 2020].
- USAF (Universities South Africa). 2017. [Intyds]. Beskikbaar: <https://www.usaf.ac.za/public-universities-in-south-africa/> [webtuiste]. [Datum van gebruik: 16 November 2019].
- Vander Schee, B.A. 2010. The small college enrollment officer: relationship marketing at work. *Journal of Marketing for Higher Education*, 20(1):135-143. [Intyds]. Beskikbaar: <https://www-tandfonline-com.ez.sun.ac.za/doi/full/10.1080/08841241003788177> [Datum van gebruik: 24 Februarie 2020].
- Walsh, S., Flannery, D. & Cullinan, J. 2018. Analysing the preferences of prospective students for higher education institution attributes. *Education Economics*, 26(2):161-178. [Intyds]. Beskikbaar: <http://web.a.ebscohost.com.ez.sun.ac.za/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=de33fe31-08c5-4e1a-8a2a-0ab286f64cf4%40sdc-v-sessmgr02> [Datum van gebruik: 19 November 2019].
- Warwick, J. & Mansfield, P.M. 2004. Perceived risk in college selection: Differences in evaluative criteria used by students and parents. *Journal of Marketing for Higher Education*, 13(1-2):101-125. [Intyds]. Beskikbaar: https://www-tandfonline-com.ez.sun.ac.za/doi/abs/10.1300/J050v13n01_07 [Datum van gebruik: 24 Februarie 2020].
- Wiese, M. 2008. A higher education marketing perspective on choice factors and information sources considered by South African first year university students. Ongepubliseerde doktorsproefskrif. Universiteit van Pretoria. [Intyds]. Beskikbaar: <https://repository.up.ac.za/bitstream/handle/2263/29820/Complete.pdf?sequence=9&isAllowed=y> [Datum van gebruik: 16 Januarie 2020].

- Wiese, M., Van Heerden, C.H., Jordaan, Y. 2010. The role of demographics in students' selection of higher education institutions. *Acta Commercii*, 10(1):150-163. [Intyds]. Beskikbaar: <https://journals-co-za.ez.sun.ac.za/content/acom/10/1/EJC11390> [Datum van gebruik: 23 Augustus 2020].
- Wiese, M., Van Heerden, N., Jordaan, Y. & North, E. 2009. A marketing perspective on choice factors considered by South-African first-year students in selecting a higher education institution. *Southern African Business Review*, 13(1):39-60. [Intyds]. Beskikbaar: <https://journals-co-za.ez.sun.ac.za/content/sabr/13/1/EJC92885> [Datum van gebruik: 19 November 2019].
- Wright, R. 1999. *Marketing: Origins, concepts, and environment*. Londen: Business Press.
- Wright, R.E. 2014. Student focused marketing: impact of marketing higher education based on student data and input. *College Student Journal*, 48(1):88-93. [Intyds]. Beskikbaar: <https://eric.ed.gov/?id=EJ1034204> [Datum van gebruik: 2 Julie 2020].
- Zain, O., Jan, M.T. & Ibrahim, A. 2013. Factors influencing students' decisions in choosing private institutions of higher education in Malaysia: A structural equation modelling approach. *Asian Academy of Management Journal*, 18(1):75-90. [Intyds]. Beskikbaar: https://search-proquest-com.ez.sun.ac.za/docview/1531909955?rfr_id=info%3Axri%2Fsid%3Aprimo [Datum van gebruik: 13 Augustus 2020].

Addendum A: Vraelys Data-insamelingsinstrument

Toestemming om deel te neem aan navorsing

Geagte student

My naam is Lizán Maree, Hoof: Studenteadviseurs by Akademia, en ek wil jou uitnooi om deel te neem aan 'n opname wat die bemarkingsafdeling sal help om ons studente se keuses beter te verstaan. Die resultate sal ook bydra tot 'n navorsingsprojek om my MPhil in Hoër Onderwys aan die Universiteit Stellenbosch te voltooi.

Lees asseblief die inligting wat hier verskaf word aandagtig deur – dit verduidelik die besonderhede van hierdie projek. Jou deelname is vrywillig en jy het die reg om nie deel te neem nie. Indien jy nie aan die studie wil deelneem nie, sal dit jou op geen manier negatief affekteer nie. Jy is ook welkom om op enige stadium van die studie te onttrek deur die vraelys toe te maak, selfs al sou jy aanvanklik instem om deel te neem. Onvoltooide vraelyste sal nie gestoor word nie.

Die doel van die studie is om die faktore te bepaal wat studente se keuse van hoëronderwysinstelling beïnvloed en watter inligtingsbronne en bemarkingsgeleenthede 'n rol speel in hierdie besluitnemingsproses.

Die vraelys sal ongeveer 15 minute neem om te voltooi en fokus op hoe jy besluit het om by Akademia te studeer, watter faktore en persone jou besluit moontlik beïnvloed het, en watter inligtingsbronne jy in die proses gebruik het.

Regte van deelnemers

Jy het die reg om te weier om enige vrae te beantwoord en jy kan op enige stadium van die opname onttrek sonder om 'n rede te verskaf. Jy doen nie afstand van enige regseise, regte of remedies deur jou deelname aan hierdie navorsingstudie nie. Indien jy enige vrae het rakende jou regte as 'n deelnemer, kontak Me. Maléne Fouché [mfouche@sun.ac.za; 021 808 4622] by die Afdeling vir Navorsingsontwikkeling, Universiteit Stellenbosch.

Geen persoonlike identifiserende inligting word versoek nie (met die uitsondering van die opsie om jou telefoonnommer by die laaste vraag te voorsien). Jou antwoorde op die vraelys sal anoniem en vertroulik hanteer word. Geen inligting sal aan derde partye verskaf word nie. Antwoorde op die vraelys sal elektronies gestoor word vir gebruik van die navorsing, maar sal nie aan enige ander partye beskikbaar gestel word nie en sal beskerm word van diefstal en ongemagtigde toegang. 'n Kopie van die verslag sal beskikbaar wees vir deelnemers aan die opname.

Indien jy enige vrae of bekommernisse het oor die navorsing, kontak gerus die navorser [Lizán Maree, lizan@akademia.ac.za, 084 559 6271] en/of die studieleier [Prof. Magda Fourie-Malherbe, mfourie@sun.ac.za, 021 808 3908].

Om 'n kopie van hierdie teks af te laai, [klik hier](#) (pdf sal gelaai word op databasis).

Ek bevestig dat ek die inligting hierbo gelees en verstaan het. Ek bevestig dat ek instem om deel te neem aan hierdie opname deur die “Neem deel” knoppie te klik.

Afdeling A: Demografiese profiel

Dui X in die toepaslike blokkie aan. Kies slegs een antwoord per vraag tensy anders vermeld.

1. Ek identifiseer myself as:	Manlik	<input type="checkbox"/>	Vroulik	<input type="checkbox"/>
	Ander	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
2. Ouderdom	(Kieslys van 18 – 70)			
3. Wat is jou huistaal? (kies een)	Afrikaans	<input type="checkbox"/>	Engels	<input type="checkbox"/>
	Afrikaans & Engels	<input type="checkbox"/>	Suid-Sotho	<input type="checkbox"/>
	Noord-Sotho	<input type="checkbox"/>	Tswana	<input type="checkbox"/>
	Ndebele	<input type="checkbox"/>	Venda	<input type="checkbox"/>
	Zulu	<input type="checkbox"/>	Swazi	<input type="checkbox"/>
	Tsonga	<input type="checkbox"/>	Ander (spesifiseer)	<input type="checkbox"/>
	Xhosa	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
4. Wat is jou etnisiteit? (kies een)	Blank	<input type="checkbox"/>	Swart	<input type="checkbox"/>
	Bruin	<input type="checkbox"/>	Indiër	<input type="checkbox"/>
	Ander	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
5. In watter provinsie/land woon jy?	Gauteng	<input type="checkbox"/>	Noord-Wes	<input type="checkbox"/>
	Mpumalanga	<input type="checkbox"/>	Limpopo	<input type="checkbox"/>
	Noord-Kaap	<input type="checkbox"/>	Wes-Kaap	<input type="checkbox"/>
	Oos-Kaap	<input type="checkbox"/>	KwaZulu-Natal	<input type="checkbox"/>
	Vrystaat	<input type="checkbox"/>	Namibië	<input type="checkbox"/>
6. By watter studiesentrum is jy ingeskryf?	Bellville	<input type="checkbox"/>	Bloemfontein	<input type="checkbox"/>
	Boksburg	<input type="checkbox"/>	Centurion	<input type="checkbox"/>
	Die Moot	<input type="checkbox"/>	George	<input type="checkbox"/>
	Krugersdorp	<input type="checkbox"/>	Lynnwood	<input type="checkbox"/>
	Paarl	<input type="checkbox"/>	Port Elizabeth	<input type="checkbox"/>
	Somerset-Wes	<input type="checkbox"/>	Vanderbijlpark	<input type="checkbox"/>
	Windhoek	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

7. Jou hoogste kwalifikasie reeds voltooi	Graad 12		Graad	
	Sertifikaat		Honneurs	
	Diploma		Meesters	
	Gevorderde Diploma		Doktorsgraad	
8. In watter jaar het jy Graad 12 voltooi?	(invul)			
9. In watter jaar het jy jou studies by Akademia begin?	(invul)			
10. Vir watter kwalifikasie is jy tans by Akademia geregistreer? (kies een)	Hoër Sertifikaat in Kantooradministrasie: Projekadministrasie		Hoër Sertifikaat in Rekeningkunde	
	Hoër Sertifikaat in Kantooradministrasie: Regsadmininistrasie		BCom (Ondernemingsbestuur)	
	BCom (Bestuursrekeningkunde)		BCom (Ekonomie en Regte)	
	BCom (Finansiële Beplanning)		BSocSci (Politiek, Filosofie en Ekonomie)	
	Baccalaureus Legum (LLB)		Gevorderde Diploma in Projekbestuur	
11. Watter een van die volgende beskryf jou situasie die beste? (kies een)	Ek studeer voltyds		Ek studeer voltyds en werk minder as 10 ure per week	
	Ek studeer deelyds en werk minder as 30 ure per week		Ek studeer deelyds en werk meer as 30 ure per week	
12. Was Akademia jou eerste keuse van hoërondewysinstelling vir hierdie spesifieke kwalifikasie?	Ja		Nee	
13. Vir watter rooster is jy tans geregistreer?	Na-uurse rooster		Blokrooster	

Afdeling B: Keusefaktore – Belangrikheid

Daar is sekere faktore wat 'n rol speel in studente se keuse van hoërondewysinstelling vir verdere studie. Evalueer, aan die hand van die volgende skaal, hoe belangrik elk van die volgende faktore vir jou was in jou keuse om by Akademia te studeer:

1 = Geensins belangrik nie

2 = Geringe mate belangrik

3 = Redelik belangrik

4 = Baie belangrik

5 = Uitiers belangrik

	Belangrikheid
Beskikbare studierigtings	
Na-uurse studies	
Gehalte van onderrig	
Moontlikheid van 'n beter werk na voltooiing van 'n kwalifikasie	
Geleentheid om in Afrikaans te kan studeer	
Akademia se reputasie	
Toelatingsvereistes	
Akademia se unieke leermodel	
Die gevorderde tegnologie waarvan Akademia gebruik maak	
Ligging van die studiesentrum	
Algemene indruk van die studiesentrum	
Veiligheid van die studiesentrum	
Akademia se waardes en kultuur	
Studiekostes	
Afbetalingsopsies wat Akademia bied	
Rentevrye studielenings wat Helpende Hand aan Akademia-studente bied	
Die invloed van 'n Akademia-studenteadviseur	
Die invloed van 'n onderwyser by my skool	
Die invloed van 'n kollega by my werk	
Die invloed van my vriende	
Die invloed van my familie	

Indruk van Akademia se bemarkingspersoneel	
Indruk van Akademia se administratiewe personeel	
Gerief van die aanlyn aansoekproses	

Is daar enige ander keusefaktore wat vir jou 'n rol gespeel het? Indien ja, lys dit:

Afdeling C: Keusefaktore

Sorteer die volgende 10 faktore volgens die impak wat dit op jou keuse om by Akademia te studeer gehad het van 1 (glad nie belangrik) na 10 (belangrikste).

Ken elke syfer slegs een keer aan 'n faktor toe om die rangorde te vorm.

1 = Glad nie belangrik nie

10 = Belangrikste

Rangorde van faktore	
	Rangorde
Studeer in Afrikaans	
Studeer terwyl ek werk	
Ligging van studiesentrum	
Roosteropsies	
Studiekoste	
Programmaanbod	
Invloed van ouers	
Loopbaanmoontlikhede	
Interaksie met Akademia-personeel	
Unieke onderrigleermodel	

Afdeling D: Inligtingsbronne en promosie – Blootstelling

Dui telkens aan of jy die spesifieke inligtingsbron gebruik het of aan die bemarkingsgeleentheid blootgestel was tydens jou besluit om by Akademia te studeer (Ja/Nee).

	Ja/Nee
Opedag op 14 September bygewoon (Centurion en George)	
'n Inligtingsessie bygewoon	
Stalletjie by 'n ekspo besoek (Perfect Life, X2Y)	
Stalletjie by 'n fees besoek (NAMPO, Kragdag)	
Studenteadviseur by sentrum gesprek	
Skoolbesoek deur studenteadviseur	
Oproep met studenteadviseur	
Oproep met administratiewe personeel	
Per WhatsApp met studenteadviseur gesels	
Webwerf	
Brosjyre	
Facebook	
Instagram	
Twitter	
YouTube	
Nuusbrief	
SMS ontvang	
Radioadvertensies of -onderhoude	
Virsekerbeker (wedstryde, sosiale media, TV)	
Koerant- of tydskrifadvertensies	
#netMatrieks-bootreis	
Huidige studente	
Werkgewer	

Vriende/kollegas/familie	
Iemand in Solidariteit Beweging	
Miernes of ander Solidariteit Beweging kommunikasie	

Is daar enige ander inligtingsbronne of promosiemateriaal waaraan jy blootgestel was? Indien ja, lys dit:

Afdeling E: Inligtingsbronne en promosie – Belangrikheid

Dui telkens aan hoe belangrik jy die volgende inligtingsbron of bemerkingsgeleentheid sou ag in jou keuse van Akademia as hoëronderwysinstelling.

1 = Geensins belangrik nie

2 = Geringe mate belangrik

3 = Redelik belangrik

4 = Baie belangrik

5 = Uitiers belangrik

	Belangrikheid
Webwerf	
Brosjyre	
Nuusbrief	
SMS	
Opedag of inligtingsessie	
Facebook	
Instagram	
Twitter	
YouTube	
Stalletjie besoek	
Studenteadviseur	
Radioadvertensies of -onderhoude	
Virsekerbeker (wedstryde, sosiale media, TV)	
Koerant- of tydskrifadvertensies	
#netMatrieks-bootreis	
Huidige studente	
Werkgewer	
Vriende/kollegas/familie	
Iemand in Solidariteit Beweging	
Miernes of ander Solidariteit Beweging kommunikasie	
Ander (vanuit bostaande bygevoeg):	

Indien jy bereid is om aan 'n opvolg-telefoniese onderhoud deel te neem, voorsien
asb. 'n kontaknommer waarop jy bedags bereik kan word:

Addendum B: Onderhoudsprotokol

Toestemming om deel te neem aan navorsing

Geagte _____

My naam is Lizán Maree, Hoof: Studenteadviseurs by Akademia, en ek wil jou uitnoui om deel te neem aan 'n telefoniese onderhoud wat die bemarkingsafdeling sal help om ons studente beter te verstaan. Die resultate sal ook bydra tot 'n navorsingsprojek om my MPhil in Hoër Onderwys aan die Universiteit Stellenbosch te voltooi.

Luister asseblief aandagtig na die inligting wat verskaf word wat die besonderhede van hierdie projek sal verduidelik. Jou deelname is vrywillig en jy het die reg om nie deel te neem nie. Indien jy nie aan die studie wil deelneem nie, sal dit jou op geen manier negatief affekteer nie. Jy is ook welkom om te weier om 'n vraag te beantwoord, of om op enige stadium van die studie te onttrek, selfs al sou jy aanvanklik instem om deel te neem. Indien jy van die studie onttrek, sal die vrae dadelik gestaak word, en alle rekords van die onderhoud tot op daardie stadium sal vernietig word, tensy jy instem dat die antwoorde wat wel ingesamel is, steeds gebruik mag word.

Die doel van die studie is om die faktore te bepaal wat studente se keuse van hoëronderwysinstelling beïnvloed en watter inligtingsbronne en bemarkingsgeleenthede 'n rol speel in hierdie besluitnemingsproses. Hierdie onderhoud sal spesifiek fokus op die besluitnemingsproses wat gevolg is om Akademia as hoëronderwysinstelling te kies.

Die onderhoud sal ongeveer 20 minute duur en fokus op hoe jy besluit het om by Akademia te studeer, watter faktore en persone jou besluit moontlik beïnvloed het, en watter inligtingsbronne jy in die proses gebruik het. Daar sal 'n opname van die onderhoud gemaak word, sodat dit later getranskribeer en kodeer kan word. Die opname en enige gepaardgaande notas sal elektronies gestoor word vir gebruik van die navorsing, maar sal nie aan enige ander partye beskikbaar gestel word nie en sal beskerm word van diefstal en ongemagtigde toegang.

Regte van deelnemers

Jy het die reg om te weier om enige vrae te antwoord en jy kan op enige stadium van die onderhoud onttrek sonder om 'n rede te verskaf. Jy doen nie afstand van enige regseise, regte of remedies deur jou deelname aan hierdie navorsingstudie nie. Indien jy enige vrae het rakende jou regte as 'n deelnemer, kontak Me. Maléne Fouché [mfouche@sun.ac.za; 021 808 4622] by die Afdeling vir Navorsingsontwikkeling, Universiteit Stellenbosch.

Jou persoonlike inligting en terugvoer op die onderhoud sal vertroulik hanteer word. Skuilname sal aan deelnemers toegeken word indien aanhalings in die verslag weergegee word. Geen inligting sal aan derde partye verskaf word nie. 'n Kopie van die verslag sal beskikbaar wees aan deelnemers van die onderhoude.

Indien jy enige vrae of bekommernisse het oor die navorsing, kontak gerus die navorser [Lizán Maree, lizan@akademia.ac.za, 084 559 6271] en/of die studieleier [Prof. Magda Fourie-Malherbe, mfourie@sun.ac.za, 021 808 3908].

'n Kopie van hierdie teks kan per e-pos aangevra word.

Bevestig jy dat die besonderhede van die projek aan jou voorgehou is en dat jy dit verstaan?

Bevestig jy dat jy instem om deel te neem aan hierdie onderhoud, en dat ek kan voortgaan met die vrae?

Vraag 1: Vertel my hoe dit gebeur het dat jy by Akademia studeer?

Die volgende vrae word aanvullend gebruik om meer inligting te bekom waar die student dit nie volledig geantwoord het nie.

Vraag 2: Hoe het jy bewus geword van Akademia?

Vraag 3: Watter inligting het jy bestudeer om meer van Akademia te leer, en waar het jy hierdie inligting gekry?

Vraag 4: Was daar enige spesifieke persone wat 'n rol gespeel het in jou besluit?

Vraag 5: Het jy ander hoëronderwysinstellings ook oorweeg? Watter? Hoekom?

- Vraag 6: Hoe het jy uiteindelik besluit om Akademia te kies? Watter faktore het vir jou uitgestaan?
- Vraag 7: Kan jy enige spesifieke bemarking of advertensies van Akademia onthou?
- Vraag 8: Hoe voel jy oor jou keuse nou dat jy reeds 'n paar maande besig is met jou studies?

Addendum C: Etiese klaring



NOTICE OF APPROVAL

REC: Social, Behavioural and Education Research (SBER) - Initial Application Form

15 April 2020

Project number: 13339

Project Title: Faktore wat studente motiveer om by 'n Afrikaanse privaat hoërsonderwys-instelling te studeer.

Dear Miss Lizán Maree

Your REC: Social, Behavioural and Education Research (SBER) - Initial Application Form submitted on 22 January 2020 was reviewed and approved by the REC: Social, Behavioural and Education Research (REC: SBE).

Please note the following for your approved submission:

Ethics approval period:

Protocol approval date (Humanities)	Protocol expiration date (Humanities)
15 April 2020	14 April 2023

GENERAL COMMENTS:

Please take note of the General Investigator Responsibilities attached to this letter. You may commence with your research after complying fully with these guidelines.

If the researcher deviates in any way from the proposal approved by the REC: SBE, the researcher must notify the REC of these changes.

Please use your SU project number (13339) on any documents or correspondence with the REC concerning your project.

Please note that the REC has the prerogative and authority to ask further questions, seek additional information, require further modifications, or monitor the conduct of your research and the consent process.

FOR CONTINUATION OF PROJECTS AFTER REC APPROVAL PERIOD

You are required to submit a progress report to the REC: SBE before the approval period has expired if a continuation of ethics approval is required. The Committee will then consider the continuation of the project for a further year (if necessary).

Once you have completed your research, you are required to submit a final report to the REC: SBE for review.

Included Documents:

Document Type	File Name	Date	Version
Research Protocol/Proposal	Navorsingsvoorstel_L Maree_finaal	21/01/2020	1
Recruitment material	Versoek om deel te neem aan vraeys	21/01/2020	1
Data collection tool	Onderhoudsprotokol_L Maree_finaal	21/01/2020	1
Data collection tool	Vraeys_L Maree_finaal	21/01/2020	1
Proof of permission	Institusionele toelating_L Maree_23404337	21/01/2020	1
Informed Consent Form	Vraeys_L Maree_finaal	21/01/2020	1
Informed Consent Form	Onderhoudsprotokol_L Maree_finaal	21/01/2020	1

If you have any questions or need further help, please contact the REC office at cgraham@sun.ac.za.

Sincerely,

Clarissa Graham